

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA - UFSM
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL

Rogério Gomez de Oliveira

**A CONSTRUÇÃO E FORMAÇÃO DA EDITORA DA MENTE E O
PAPEL DE LAURO TREVISAN COMO EDITOR**

Santa Maria, RS

2015

Rogério Gomez de Oliveira

**A CONSTRUÇÃO E FORMAÇÃO DA EDITORA DA MENTE E O PAPEL DE
LAURO TREVISAN COMO EDITOR**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social em Produção Editorial**.

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Aline Roes Dalmolin

Santa Maria, RS

2015

Rogério Gomez de Oliveira

**A CONSTRUÇÃO E FORMAÇÃO DA EDITORA DA MENTE E O
PAPEL DE LAURO TREVISAN COMO EDITOR**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Comunicação Social em Produção Editorial**.

Aprovado em 16 de dezembro de 2015:

Aline Roes Dalmolin, Dr^a. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Sandra Depexe, Dr^a. (UFSM)

Leandro Stevens, Dr. (UFSM)

Santa Maria, RS
2015

AGRADECIMENTOS

O agradecimento é uma forma de demonstrar respeito, carinho e empatia por aqueles que nos ajudaram e auxiliaram a transformar parte de nossas vidas em momentos vitoriosos e marcados pela felicidade. Desta forma, gostaria de agradecer estas pessoas especiais e fundamentais para mim.

Dedico este trabalho para minha família querida e amada, meus pais Arlimar de Oliveira e Eloisa de Oliveira, que sempre estiveram ao meu lado nestes 27 anos, e que me ensinaram grandes e importantes valores para a vida. Ao meus irmãos de sangue, Geovana, Gisele e Gustavo Romanik agradeço por todos os momentos especiais que passamos juntos, sem esquecer dos meus amados sobrinhos, Joaquim Braga e Antônia de Oliveira.. Para minha querida namorada Ângela Sowa, agradeço de todo meu coração, por estar mais do que ao meu lado nestes dois anos de convivência e (re)conhecimento de nós dois. O apoio dado por ela foi fundamental para o trabalho andar e se multiplicar.

Aos meus amigos do peito, Nathan Difante e Rodrigo Camargo, agradeço pelos bons momentos e diversão dos nossos dias e noites, a amizade fortalece os seres humanos e suas relações.

Para finalizar, agradeço a minha Professora orientadora, Aline Roes Dalmolin, que acolheu meu trabalho e ideias, dedicando seu tempo, paciência e ensinamentos para tornar o projeto realizado importante e útil, podendo este, ser aproveitado por outros estudantes e pesquisadores das áreas do conhecimento.

Para todos vocês, muito obrigado.

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de Comunicação Social – Produção Editorial
Universidade Federal de Santa Maria

A CONSTRUÇÃO E FORMAÇÃO DA EDITORA DA MENTE E O PAPEL DE LAURO TREVISAN COMO EDITOR

AUTOR: Rogério Gomez de Oliveira
ORIENTADORA: Prof^ª. Dr^ª. Aline Roes Dalmolin

Este trabalho apresenta a construção da Editora da Mente e o papel de seu fundador, Lauro Trevisan, na formação e consolidação da casa publicadora no mercado de livros de autoajuda em Santa Maria – RS. Fundada em 1980, a Editora completou em 2015, trinta e cinco anos de atuação no mercado editorial. Esta longevidade chamou a atenção para a realização desta pesquisa, que propõe entender como a editora permaneceu tantos anos no mercado de livros de autoajuda, tendo um único autor que também é seu único editor, Lauro Trevisan. Para isso, o suporte de Hallewell (2005), Camargo (2003), Araújo (2008) e outros autores se faz fundamental. A monografia foi desenvolvida através de uma pesquisa qualitativa, que visa criar relações contextuais entre pesquisador e objeto. Neste contexto, a realização da pesquisa descritiva causa aproximação dos fatos em seu lugar de acontecimento, sendo fundamental para desenvolver este trabalho. Esta pesquisa apresenta natureza qualitativa que visa criar relações contextuais entre pesquisador e objeto. Para isso, a realização da pesquisa descritiva é importante, pois gera aproximação dos fatos em seu lugar de acontecimento, sendo fundamental para desenvolver a pesquisa. Desta forma, o estudo de caso embasado em uma entrevista semiestruturada, possibilitou a busca de diversas informações sobre a Editora da Mente. Concluiu-se, que através das jornadas promovidas por Lauro Trevisan, o autor e editor consolidou seu nome no mercado de livros de autoajuda, pois reunia nestes eventos, grande número de público que comprava suas obras e difundiam seu nome no mercado, propagando sua fama e carisma, possibilitando a permanência da casa em um mercado distante do eixo tradicional de editoras.

Palavras-chave: Editora da Mente, Lauro Trevisan, autoajuda, aditoração

ABSTRACT

Trabalho de Conclusão de Curso
Curso de Comunicação Social – Produção Editorial
Universidade Federal de Santa Maria

THE MIND EDITOR CONSTRUCTION AND LAURO TREVISAN PAPER AS PUBLISHER

AUTHOR: Rogério Gomez de Oliveira
ADVISOR: Dr^a. Aline Roes Dalmolin

This paper presents the construction of the Mind Publisher and the role of its founder, Lauro Trevisan, training and consolidation of the publishing house in the self-help book market in Santa Maria - RS. Founded in 1980, the Company completed in 2015, thirty five years of experience in publishing. This longevity drew attention to this research, which proposes to understand how the publisher remained many years in the self-help book market, having a single author who is also his only editor, Lauro Trevisan. For this, the support Hallewell (2005), Camargo (2003), Araújo (2008) and other authors does critical. The monograph was developed through a qualitative research, which aims to create contextual links between researcher and object. In this context, the realization of descriptive approach because the facts instead of event and it is essential to develop this work. This research presents qualitative aimed at creating contextual relationships between researcher and object. For this, the realization of descriptive research is important because it generates approach of events instead of event and it is essential to develop the survey. Thus, the case study grounded in a semi-structured interview, made it possible to search various information about the Publishing House of Mind. It was concluded that through the workshops promoted by Lauro Trevisan, the author and editor cemented his name in the self-help book market, as gathered in this event, a large number of public who bought his works and diffused their name in the market, spreading their fame and charisma, making it possible to stay in the house in a distant market traditional axis of publishers.

Keywords: Publisher of Mind, Lauro Trevisan, self help, publication

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO	9
2.1 A fase artesanal do livro no Brasil	9
2.2 A fase moderna do livro no Brasil.....	11
2.3 O maior produtor editorial da América Latina.....	17
3 A CONSTRUÇÃO DA EDITORA DA MENTE POR LAURO TREVISAN	29
3.1 A construção da Editora da Mente	32
4 O PAPEL DO EDITOR	40
4.1 O editor Lauro Trevisan	43
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS.....	50
APÊNDICE	51
ANEXO	68

1 INTRODUÇÃO

O conhecimento e as habilidades adquiridas através da prática são fundamentais para tornar a técnica de uma profissão melhor e madura a cada dia. O posicionamento que devemos adotar para nos tornarmos detentores de tais destrezas é cercado de escolhas que fazemos durante nossas vidas.

Falar de livros e suas construções não é tarefa fácil, tendo em vista o grande panorama histórico que precisamos percorrer para entender as práticas ligadas a sua formação e formatação no mundo. Outro aspecto importante e diretamente relacionado aos livros é a atuação do editor de livros, responsável por viabilizar sua construção através de diferentes técnicas, englobando o domínio da linguagem e diversos outros fatores importantes a esta construção.

A escolha do objeto de pesquisa deste trabalho está intimamente ligada ao aprendizado que adquiri na faculdade de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM, e, sobretudo, nas escolhas que tracei durante meu percurso anterior a esta graduação, como por exemplo, minha graduação em Publicidade e Propaganda. O conhecimento, neste sentido, trouxe para meus estudos não respostas, mas muitas perguntas, perguntas que pretendo esclarecer pouco a pouco. Uma destas questões está diretamente ligada a Editora da Mente, casa publicadora localizada em Santa Maria, RS e que é objeto de estudo desta monografia. Desta maneira, procuro entender aqui, como ocorreu a construção da Editora da Mente e a mesma conseguiu se manter no mercado de livros de autoajuda por mais de três décadas, sendo que a mesma tem um único autor que também é seu editor? Através de uma entrevista semiestruturada, buscamos compreender este problema.

Para entender o objeto de estudo, a monografia visa envolver o processo de construção da Editora da Mente e sua permanência no mercado editorial de 1980 até a atualidade. Será proposto compreender como a editora se consolidou ao longo dos anos, buscando informações pertinentes e valiosas para responder estas questões. Assim, podemos construir o caminho para estudar a criação da Editora da Mente, cunhada por Lauro Trevisan, que durante muitos anos foi editor na Revista Rainha, mensário palotino surgido no início do século XX no Rio Grande do Sul. Ao utilizar de seus aprendizados adquiridos na revista, Lauro Trevisan pode, após sua saída do mensário, construir sua carreira de escritor e editor de livros, que depois de 85 títulos publicados, todos escritos e editados por Trevisan, completa 35 anos de atuação no mercado de livros de autoajuda.

Para dar suporte a monografia, será utilizada a pesquisa bibliográfica, que através de autores como Araújo (2008), Hallewell (2005), Camargo (2003), Dalmolin (2007) e outros, trarão assuntos pertinentes e reflexivos sobre o campo do livro, dos editores e da própria vida de Trevisan enquanto editor nas décadas de 1961 até 1978, ajudando na construção teórica e histórica necessária para formar este trabalho. Esta pesquisa apresenta natureza qualitativa que visa criar relações contextuais entre pesquisador e objeto. Para isso, a realização da pesquisa descritiva é importante, pois gera aproximação dos fatos em seu lugar de acontecimento, sendo fundamental para desenvolver a pesquisa. Desta forma, o estudo de caso embasado em uma entrevista semiestruturada, possibilita a busca de diversas informações sobre o assunto estudado. A técnica da entrevista semiestruturada para colher informações é adequada, pois trabalha de forma dinâmica e mais impessoal.

Neste sentido, o trabalho é dividido em três capítulos para melhor desenvolver as atividades propostas na pesquisa. No primeiro capítulo, trataremos do mercado editorial brasileiro, desde a sua formação, modernização e atualidade, trazendo nomes importantes de editores e editoras, introduzindo nestas questões, uma análise, onde for pertinente, os processos adotados por Trevisan na formação da sua editora. No segundo capítulo, trazemos a parte analítica da pesquisa, relatando a história da Editora da Mente, construída a partir de entrevista que elaboramos com Lauro Trevisan e Maria Odete Fleig, na qual relatam o processo de construção da editora, sua formação e processos adotados pela empresa para que a editora fosse pujante e alicerçada no carisma de seu dono, ícone na cidade de Santa Maria. No último capítulo, analisamos o papel de Lauro Trevisan enquanto editor e autor, compreendendo sua atuação frente à Editora da Mente, juntamente em sua trajetória enquanto escritor de livros de autoajuda.

2 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Neste capítulo, apresentaremos o mercado editorial brasileiro e a sua formação a partir de 1808, quando a Corte Portuguesa chega ao Brasil e cria a Imprensa Régia, apresentando a fase artesanal do livro. Posteriormente, adentramos na fase moderna do livro no país, considerada desta forma por Hallewell (2005) a partir de 1918 quando Monteiro Lobato inicia e transforma diversas atividades no ramo dos livros. É importante salientar, que para apresentar esta primeira parte do capítulo, será utilizado, principalmente o suporte de Hallewell (2005) e Camargo (2003), pois a bibliografia para esta área de pesquisa é escassa. Por fim, no decorrer do assunto, discutimos o mercado de livros a dos anos 1980 até a atualidade do século XXI, englobando questões pertinentes a este contexto.

2.1 A fase artesanal do livro no Brasil

Os primórdios do Mercado Editorial Brasileiro começaram de forma perturbada e restrita devido à Corte Portuguesa, tendo em vista, a condição colonial enfrentada pelo Brasil. Ao contrário das colônias Espanholas, as quais eram autorizadas a implantar instituições de ensino, aonde, a circulação do conhecimento e informações possibilitava a produção e comercialização de livros e folhetins, no Brasil colônia, esta prática era proibida, até a liberação decretada em 13 de maio de 1808 por D. João. Mesmo enfrentando altas taxas de importação de material e concorrência externa, além da precariedade educacional e o analfabetismo total ou funcional, em 10 de setembro deste mesmo ano, surgiu o primeiro jornal editado no Brasil, chamado Gazeta do Rio de Janeiro, bem como o primeiro livro publicado, com o título *Reflexões sobre alguns dos meios propostos por mais conducentes para melhorar o clima da cidade do Rio de Janeiro*, de Manoel Vieira da Silva, Camargo (2003). A partir dessa problemática, o Brasil ganhou *status* de ter desenvolvido seu setor editorial mais lentamente do continente.

É importante destacar que o primeiro *best seller* de Portugal, intitulado *Marília de Dirceu*, teve como autor Tomás Antônio Gonzaga, português condenado pela sua participação na Inconfidência Mineira (primeira grande revolta pró-independência do Brasil) impresso em Portugal em 1792, que teve sua primeira versão lançada no Brasil em 1810, pela Imprensa Régia, reconhecida como a “primeira obra da literatura brasileira publicada no Brasil, e muito bem feita, com uma esplêndida folha de rosto” (HALLEWELL, 2005, p. 112).

A partir deste cenário, o Brasil passa a dar os primeiros passos no desenvolvimento do setor editorial, sendo que, de 1840 até 1870, o Maranhão era considerado o segundo maior produtor de livros do país, atrás somente da Corte Portuguesa, pois o mesmo era economicamente ativo, devido sua produção de algodão (HALLEWELL, 2005). De maneira diferente, no Rio Grande do Sul, que no século XIX havia enfrentado pelo menos quatro conflitos armados, incluindo a Guerra dos Farrapos (1835-1845), possuía uma população pequena, de aproximadamente 120 mil habitantes livres e economia voltada para o agropastoril. Era extremamente difícil a circulação de informação, sobretudo através de livros. Esse cenário passou a mudar com a chegada dos colonos alemães e italianos, foi um momento de efervescência cultural e também aumento populacional para a região (TORRESINI, 2010).

Neste mesmo contexto, o desenvolvimento tecnológico aumenta, mas caminha alinhada com a produção artesanal. Francisco de Paula Brito, intelectual da época, possuía uma revista chamada *A Marmota na Corte*, tinha também, livrarias e inúmeros pontos de distribuição de suas publicações no país. O mesmo foi empregador de Casimiro de Abreu e Machado de Assis, que trabalhava como revisor de provas e deu seus primeiros passos como escritor nesta época, 1850. Paula Brito, é considerado o primeiro editor no sentido moderno da palavra, já que assumia os riscos de suas edições (CAMARGO, 2003).

Outro importante nome no contexto dos livros foi o francês Baptiste Louis Garnier, que chegou ao Brasil em 1844, começou vendendo livros com artigos de papelaria e importados, enquanto se preparava para vender suas próprias edições de forma mais segura economicamente. Possuiu por pouco tempo uma tipografia e inaugurou a tradição existente até os dias atuais da separação entre editora e gráfica, além de ter trazido para cá o formato francês de livro, o in-oitavo (16,5X10,5cm) e o in-doze (17,5X11cm), iniciando também a contratação de revisores para suas edições, além de dar início às coleções e começar a pagar direitos autorais aos autores. Foi Garnier quem lançou Machado de Assis e José de Alencar como escritores (CAMARGO, 2003).

Já no final da primeira fase, a partir de 1891, novas máquinas passam a ser utilizadas para a impressão das publicações, como Camargo (2003, p. 37), referencia a Tipografia Universal dos Irmãos Laemmert:

Uma grande oficina que se aperfeiçoava sempre – até por exigência de seu Almanak -, ela introduziu a estereotipia em 1858, a litografia em 1884 e máquinas que imprimiam frente e verso ao mesmo tempo em 1891. Explica-se, portanto, que tanto fizesse impressos de segurança, como o papel moeda para o Estado de São Paulo do início republicano, quanto possuísse, na virada do século, um catálogo de 1440 autores brasileiros e 400 traduções

O avanço tecnológico que passava a ser mais expressivo no Brasil, aliado ao empreendedorismo de alguns visionários, possibilitou mudanças importantes no ramo editorial brasileiro, que marcou a ruptura entre a produção artesanal e o início da fase moderna, ocorrida na virada dos séculos XIX para o século XX.

2.2 A fase moderna do livro no Brasil

Após a morte dos principais editores artesanais, existe um grande retrocesso no negócio editorial, que só viria a se desenvolver e evoluir novamente após a Primeira Guerra Mundial em 1918. Grande parte desse retrocesso deu-se pelas transformações sociais que o país passava, sobretudo o fim da Monarquia e início da República em 1888. A República, era em termos de ideias sobre a produção cultural, nos primeiros tempos, sinônimo de censura férrea, proibição de publicações e perseguição aos autores (CAMARGO, 2003). As dificuldades encontradas no início do século XX por aqueles que tocavam o ramo editorial foram muitas, mas que, aos poucos, foram se transformando e dando lugar a novas ideias e realizações.

O principal nome na transformação do contexto editorial brasileiro é Monteiro Lobato. Após o sucesso de *Urupês* (1918), o autor que investiu seu próprio dinheiro na realização de diversas edições, passou a investir na área editorial, levando-a, desta maneira a modernidade (HALLEWELL, 2005).

No contexto do processo de desenvolvimento de São Paulo, Lobato inaugura a era industrial do livro, bem como o mercado nacional para esse produto, quer ampliando a distribuição, de aproximadamente trinta livrarias para mais de dois mil pontos-de-venda no país, quer despertando a demanda de um público leitor mais amplo, para além do círculo das elites tradicionais, interessado no nacionalismo pré-modernista do autor de *Urupês* ou em novos escritores, como Ribeiro Couto, Paulo Setúbal, Hilário Tácito (pseudônimo de José Maria de Toledo Malta), Guilherme de Almeida e Oswald de Andrade, entre outros (RAMOS, 2009, p. 192-193).

O processo de construção para uma indústria do livro e surgimento de um mercado editorial, passa a criar forma com as ações idealizadas e empregadas por Monteiro Lobato que enxergou no país, possibilidades de difundir a leitura para além de um pequeno círculo, otimizando o que conhecemos por cadeia produtiva do livro.

Para começar a alavancar as vendas de livros no Brasil, Monteiro Lobato passou a utilizar a rede de distribuição da Revista do Brasil, conseguindo aumentar seu ponto de venda de “trinta para duzentos”. A revista fora adquirida por Lobato em 1918, tornando-se único proprietário da mesma. Seu passo seguinte, foi escrever para agentes postais de todo país,

mais de 1300, com a intenção de solicitar nome e endereço de bancas de jornais, farmácias, papelarias ou armazéns, que por ventura, estivessem interessados em vender livros, quase todos os agentes responderam e Monteiro Lobato pode enviar sua famosa circular (Hallewell, 2005).

Determinado a explorar um novo mercado, algo inexistente até então no Brasil, Monteiro Lobato começa a expandir o principal mecanismo para que os livros cheguem ao seu principal destino, o leitor. Ampliar a distribuição de livros e desenvolver os pontos de venda é sua principal missão no final da década de 1918. Essa consciência permitiu colocar os livros em contato com maior número de leitores, aproximando as pessoas de algo que ainda era pouco explorado nas camadas sociais mais baixas.

É evidente que para isso, o editor e autor, necessitaria servir-se de formas de comunicação mais complexas, para Hallewell (2005, p. 326), “sua atitude com respeito à propaganda também se mostrou original a seus contemporâneos”, para causar, principalmente nos proprietários de ponto de venda, interesse em vender livros. Era necessário transformar o objeto livro, distante ainda de ser conhecido e apreciado pela sociedade trabalhadora, principalmente por conter linguagem formal e muito rebuscada, que aos poucos tomava posição nas cidades por chegar do campo e começar lentamente se integrar, em um objeto como outro qualquer, para que, desta forma, houvesse interesse por parte de quem comercializa e por parte dos leitores.

A circular que transformaria esse objetivo mais presente no cotidiano do brasileiro, dizia mais ou menos isso, segundo Hallewell (2005, p. 320),

Vossa senhoria tem o seu negocio montado, e quanto mais coisas vender, maior será o lucro. Quer vender também uma coisa chamada “livros”? vossa senhoria não precisa inteirar-se do que essa coisa é. Trata-se de um artigo comercial como qualquer outro: batata, querosene ou bacalhau. É uma mercadoria que não precisa examinar nem saber se é boa nem vir a esta escolher. O conteúdo não interessa a V.S., e sim ao seu cliente, o qual dele tomará conhecimento através das nossas explicações nos catálogos, prefácios, etc. e como V.S. receberá esse artigo em consignação, não perderá coisa alguma no que propormos. Se vender os tais “livros”, terá uma comissão de 30 p.c.; senão vende-los, no-lo devolverá pelo correio, com o porte por nossa conta. Responda se topa ou não topa.

Com esta forma em disseminar para seus possíveis pontos de venda a ideia de ter livros como qualquer outro produto, Monteiro Lobato captou mais de dois mil pontos de vendas, ampliando vertiginosamente, para os padrões brasileiros, a forma de distribuir e vender livros no país. As principais transformações, necessárias para que o negócio do livro exista, tomaram forma a partir das negociações promovidas por Lobato, levando para outros pontos e destinos, seu catálogo, o que, de certa forma, abriu nossos caminhos e possibilidades

para outras editoras e autores atuarem e se tornarem conhecidos pelo Brasil. Por isso a segunda fase moderna foi tão importante com a pessoa de Monteiro Lobato, exatamente por criar possibilidades e transformar o livro em um objeto ao alcance de mais pessoas.

Ainda segundo Hallewell (2005), Monteiro Lobato inovou na distribuição dos livros, o que era um grande problema na época, também conseguiu ser original em relação a propaganda, analisando o público consumidor de seus livros, percebeu que os leitores poderiam basear-se em publicidade inserida nos jornais daquele tempo, não ficando restrito somente a recomendação verbal do livreiro local. Outro aspecto relevante é que a partir da sua aventura editorial, Monteiro Lobato conseguiu lançar novos autores e pagar direitos autorais acima da média estabelecida na época, o que, para muitos, significou uma revolução editorial naqueles tempos.

No início de 1919, Lobato já havia inovado importando seu próprio papel e abrindo mão do formato francês, lançando um novo formato próprio de livro (16,5X12cm), tamanho este, semelhante aos folhetos de cordel. Neste mesmo ano, Lobato se associou ao seu guardador de livros Octalles Marcondes Ferreira e neste mesmo ano, mais de 15 títulos foram editados, rendendo mais de 60 mil exemplares (HALLEWELL, 2005).

Enfrentando diversas crises políticas e econômicas, refletidas no cenário atual do país, em 1925, Monteiro Lobato decretou liquidez de seu empreendimento editorial, sendo sucedido por Octalles, seu sócio, que fundou a Companhia Editora Nacional, se tornando a principal editora de livros do País (HALLEWELL, 2005).

No Rio Grande do Sul, o final do século XIX e início do século XX, fez florescer uma sociedade leitora muito ativa. Depois de décadas marcadas por conflitos, os Gaúchos conquistariam um mercado econômico ativo e repleto de oportunidades, além de desenvolver seu sistema educacional, bem diferente de décadas atrás, aonde poucos eram os que estudavam ou tinham condições financeiras para isso.

Foi no Rio Grande do Sul, que uma das mais importantes editoras do país viria a se constituir e consolidar a partir da década de 1920, mesmo período em que Monteiro Lobato conseguiu difundir o livro no mercado para que o mesmo se tornasse mais vendável e presente nos lares brasileiros, sobretudo, em São Paulo. A Editora Globo surgiu em 1883 como um pequeno estabelecimento, que além de vender artigos para papelaria, possuía uma tipografia e realizava trabalhos por encomenda (CAMARGO, 2003). Foi assim que muitas das editoras em território brasileiro surgiram, começaram pequenas e de fundo de quintal, mas que com trabalho e dedicação, começaram a crescer e prosperar.

A atividade editorial no Rio Grande do Sul, segundo Hallewell (2005, p. 390), inicia-se

No exato momento em que a produção de livros didáticos se tornava monopólio de São Paulo, um novo centro editorial começava a surgir mais para o sul, em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, onde, no início dos anos 1930, a Livraria Globo tornou-se uma produtora nacionalmente conhecida e dedicada à tradução de literatura estrangeira.

O desenvolvimento econômico local e grandes transformações sociais ocorridas no mundo e refletidas no Brasil possibilitaram oportunidades para se empreender e gerar novas formas de construir literatura, favorecendo o mercado editorial daquela época. O Rio Grande do Sul, depois que houve a Proclamação da República iniciou sua fase de crescimento, instituições de ensino superior passaram a fazer parte da realidade Gaúcha, cursos de engenharia, medicina, farmácia e escola para formação militar, integravam e construíam lideranças, além disso, proporcionalmente o Rio Grande do Sul, possuía mais crianças matriculadas na escola que o Estado de São Paulo (HALLEWELL, 2005).

Essas transformações, embora tenham ocorrido tardiamente, deram certo para o Estado localizado no sul do país, pois em pouco tempo, conseguiu alcançar os três principais estados que mais produziam economicamente e culturalmente no Brasil. Segundo Hallewell (2005, p. 390), “as origens da Livraria Globo remontam a esse período, em que começou a publicar de maneira esporádica; no entanto, somente em 1928 é que deu início a um programa editorial regular”. Sua história, de certa forma confunde-se com a de Monteiro Lobato e Octalles, pois Octalles começou a trabalhar com Lobato como ajudante e depois, viria a se tornar sócio do mesmo e pouco tempo mais tarde, grande empresário no ramo editorial, o mesmo ocorreu com José Bertaso, admitido na editora em 1890 sob contratação de Laudelino Pinheiro de Barcellos, Bertaso virou sócio e posteriormente dono da editora. Um dos investimentos mais importantes realizados por Bertaso, prevendo a escassez de papel por causa da Primeira Guerra, foi a compra em grandes quantidades do insumo, que pôde ser vendido mais tarde, gerando lucros a empresa, possibilitando novos investimentos, como é o caso da compra da primeira máquina linotípica da editora (HALLEWELL, 2005). Esse primeiro investimento foi importante e deu suporte para a empresa investir em autores locais.

O crescimento do empreendimento com o suporte de Manueto Bernardi, responsável pelo departamento de propaganda da editora ocorreu de forma considerável. Suas ideias foram muito importantes para promover novos livros, todos sucessos traduzidos de outros países, como Itália, Espanha e França, todo esse envolvimento ampliou o número de títulos no catálogo da Globo que mais tarde viria a traduzir livros dos Estados Unidos, em consequência

disso, novos profissionais passaram a ser contratados, ilustradores e revisores, entre eles Érico Veríssimo, que se tornaria um dos principais romancistas do país (HALLEWELL, 2005).

Após a consolidação da editora no cenário nacional, promovida por Bernardi, a editora se reconfigura internamente e Henrique Bertaso, filho mais velho de José Bertaso assume o setor editorial, enquanto Veríssimo assume a direção da Revista Globo. Com a crise de 1929, muitos setores foram atingidos no país, além do café, que perdera seu valor e deixou de ser o produto mais importante para o Brasil, os livros também foram afetados, livros que eram importados já não eram mais a escolha dos consumidores, pois seu preço estava muito acima do que era considerado normal, no entanto, para a produção nacional de livros, houve um significativo ganho, pois passou a ser mais competitivo. Esse foi um dos principais momentos para a Editora Globo, que soube aproveitar a situação e alavancar ainda mais suas vendas e consolidar seu nome no mercado (HALLEWELL, 2005). Em pouco tempo e com muitos títulos traduzidos, a editora cresceu e já ocupava três andares com suas instalações, além de escritórios fora do Rio Grande do Sul.

Outro importante passo foi dado pelas novas configurações adotadas na empresa. Depois de deixar a direção da revista, Érico Veríssimo passou a ser o consultor editorial de Henrique Bertaso, que segundo Hallewell (2005, p. 399), “foi desse modo que entrou, na indústria do livro no Brasil, a figura do editor profissional, que funcionava como editor da obra sem ser dono da editora”. As configurações que o mercado editorial enfrentava, eram importantes para tornar a área não somente dominada por famílias, mas construir, a partir disso, novas oportunidades e talentos na área. Ainda que essa consciência levasse algumas décadas para ser implantada mais vastamente pelo mercado, foi importante seu acontecimento, exemplo disso, é o caso de Pedro Paulo de Senna Madureira, primeiro editor na Nova Fronteira e por Sérgio Flaksman, diretor editorial da Record. Essa nova possibilidade, trouxe inovações e carências ao mercado, o que tornou possível a partir de 1972 a criação de cursos voltados para a área de editoração em faculdades de comunicação (HALLEWELL, 2005). Esses novos acontecimentos foram importantes para a construção de empresas mais profissionais e que passam a atuar com novos olhos, buscando outras influências e preparando o país, que largou em último lugar na América como produtor editorial, para se tornar o maior produtor da América Latina.

Junto a isto, o setor passou por modernização de seu parque gráfico, renovando seu maquinário a partir de novas tecnologias que surgiam na época e foram importantes neste contexto.

Depois da Segunda Guerra Mundial, o mundo ocidental precisava se recriar e reestruturar, embora o Brasil não tenha sofrido bombardeios em seu território, carecia de um empenho mais forte de seus governantes para alavancar sua economia e fazer parte de um cenário mais ativo economicamente no planeta. Os anos 50, foram para o Brasil um grande salto da industrialização, o crescimento do Produto Nacional Bruto saltou de 3,2 por cento em 1955 para 7,3 por cento em 1959. A indústria gráfica ficou por mais de trinta anos obsoleta ao sofrer restrições e proibições de renovar seus equipamentos, foi só com o consentimento de Juscelino Kubitschek que o país pode importar novos equipamentos do exterior e renovar sua indústria gráfica. Esse novo momento, permitiu que o país expandisse em dez anos, de 1950 a 1960, 143 por cento (CAMARGO, 2003).

Todo esse processo de modernização deu suporte não somente para as gráficas, mas para todo o setor que dela dependia, incluindo o de livros, que agora eram impressos mais rapidamente, com maior qualidade percebida e menos custo nas produções. Segundo Camargo (2003, p. 89), “com o país cada vez mais integrado no mundo pelo progresso dos transportes e das comunicações, crescia a afeição por produtos de boa aparência, bem acabados, mas obter altos padrões de qualidade não era fácil”. Embora a indústria tenha evoluído, o processo de produção ainda era realizado de maneira muito lenta e delicada, conforme disponibilidade da época.

O desenvolvimento tecnológico não dependia somente de máquinas para dar bons resultados, era necessário também, que insumos, como tinta, papel e os tipos móveis fossem de qualidade para resultar em uma boa finalização. Nesta época, entra em cena o fotolito e a seleção de cores pelo processo eletrônico de *scanner*. Conforme comenta Camargo (2003), a reticulagem direta negativa era a maior novidade para o setor e o scanner DC 300 da empresa Hell já era preparado para a reticulagem eletrônica por raio laser. Chegávamos ao futuro. Essa era a empolgação que ocorria naqueles tempos.

Em 1965, conforme menciona Camargo (2003), empresários da indústria gráfica reúnem-se na cidade paulista de Águas de Lindóia e criam a Associação Brasileira da Indústria Gráfica, a Abigraf. Essa entidade trouxe inúmeros benefícios para os envolvidos no setor em um contexto geral, pois conseguiu uma maior regulamentação no setor, além de melhorias no relacionamento entre empresas e uma concorrência mais aberta e franca. Além disso, como ainda comenta o autor, com a elaboração do Diagnóstico da Indústria Editorial e Gráfica e a criação do Grupo Executivo das indústrias de papel e Artes Gráficas, GEIPAG, que possibilitou a renovação do parque gráfico nacional, foram atividades muito importantes no final da década de 1960. Ainda neste mesmo contexto, conseguiu se destacar no exterior

graças a essas transformações e novas associações, inclusive com papel de destaque na *Conlatingraf, Confederación Latinoamericana de la Indústria Gráfica*, sediando até congresso da entidade em 1989, demonstrando que o país estava evoluindo no setor de produção gráfica.

Com o aprimoramento da indústria em evolução, novas demandas começam a surgir, sendo necessário que os profissionais também evoluam em sintonia com os processos. Graças a isso, escolas técnicas são inauguradas no país para poder haver formação profissional e com maior qualidade para a área, como por exemplo, o CIAG, Colégio Industrial de Artes Gráficas. Foram tantas escolas surgidas neste período, que muitos alunos ficavam sem estágio para desenvolver profissionalmente suas habilidades (CAMARGO, 2003).

Ainda na corrida evolutiva, estava o aperfeiçoamento das máquinas que produziam os livros no Brasil, como por exemplo, além do fotolito e do *scanner*, as máquinas *Klimsch*, que viriam a introduzir novos conceitos de impressão, e na mesma década a entrada em operação do conjunto de separação e correção de cores Chromaskop, totalmente eletrônico, o que tornava possível a separação e a troca de cores rapidamente, viabilizando resultados excepcionais, com detalhes nítidos e impressionantes. A partir dos anos 80, foi a vez de introduzir o computador no processo de impressão, tornando mais fácil a interação e trocas entre máquinas e humanos, o que tornou de vez a produção mais fácil, rápida, exata e funcional (CAMARGO, 2003). O processo de modernização no país avançou conforme as décadas passavam e novas tecnologias sobrevieram a ser empregadas e utilizadas pela indústria gráfica, adotando novos sistemas e padrões de produção de livros.

2.3 O maior produtor editorial da América Latina

Avançando um pouco na história e no cenário do livro no Brasil, depois de termos nos deparado com o processo histórico de formação da atividade editorial nas suas principais vertentes e realizadores, mencionamos nomes importantes de editores artesanais e modernos, bem quanto aos seus empreendimentos e novas ideias que mudaram o rumo do setor editorial brasileiro. Os caminhos construídos na área editorial podiam e deveriam ser melhorado pela nova geração que estava se formando, principalmente nos eixos Rio-São Paulo, o mais forte e amplo do país, bem quanto a Porto Alegre, cidade distante deste eixo, mas que soube construir sua tradição em bons negócios empresariais através de editores e autores importantes no ramo.

Embora o País tenha demorado a se desenvolver na atividade, principalmente por proibições da Corte Portuguesa e enfrentar censura a partir do momento que deixou de ser Monarquia para ser República, conseguiu progredir no setor. Evidentemente, aquelas regiões mais populosas e economicamente ativas, largaram na frente nesse desenvolvimento. Para Hallewell (2005), São Paulo é considerada a cidade dos livros didáticos, enquanto que o Rio de Janeiro é considerada a cidade da literatura, mesmo assim, São Paulo é o maior produtor nacional de livros. São Paulo possuiu de 1970 até 1981, o monopólio de uma feira de livros em formato de Bienal do livro, o Rio de Janeiro passou a ter uma feira igual a partir de 1981, possibilitando ao país uma feira por ano (HALLEWELL, 2005). Essas iniciativas tornavam o país cada vez mais significativo no contexto editorial, demonstrando seu crescimento e importância do setor para a economia e cultura nacional. Conforme menciona Hallewell (2005, p. 607-610), “os dois juntos são responsáveis pela esmagadora maioria dos livros produzidos no Brasil, em 1957, eram responsáveis por 56,5% dos títulos e 82% do valor produzido”. Esse potencial manteve-se conforme tabela extraída do mesmo autor referenciada de 1966 até 1991.

Tabela 1 – Distribuição geográfica da venda de livros, 1966 - 1991

Tabela 37. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS VENDAS DE LIVROS, 1966-1991

	1966	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1985	1987	1991
PRODUÇÃO TOTAL (MILHÕES DE EXEMPLARES)														
	43,6	166,2	191,70	155,40	112,50	127,60	170,80	249,00	242,90	219,00	245,40	161,90	186,50	303,50
DISTRIBUIÇÃO REGIONAL (PORCENTAGENS DA PRODUÇÃO TOTAL)														
São Paulo	29,0	29,1	28,83	30,43	31,00	28,80	28,70	31,22	31,36	34,39	35,20	?	36,10	41,14
Rio de Janeiro	24,1	18,8	31,85	22,51	26,50	26,30	19,40	20,76	19,55	21,31	19,00	?	15,84	13,90
Minas Gerais	8,3	5,4	4,20	7,77	9,00	9,60	8,10	10,21	9,19	9,70	9,20	?	8,60	6,17
Espírito Santo		2,6												0,99
Sul (RS, PR, SC)	11,2	11,0	8,07	12,94	11,20	12,30	9,60	12,37	12,69	11,11	12,80	?	12,14	11,26
Centro-Oeste (DF, GO, MT, MS)	5,2	4,1	3,74	6,08	5,10	7,00	4,40	7,89	8,23	6,75	6,10	?	6,65	5,46
Nordeste	7,7	7,8	5,08	8,96	9,50	9,60	7,30	11,03	11,03	10,16	13,20	?	13,06	15,59
Norte											3,40	?	7,09	4,20
EXPORTAÇÕES														
Total exportado	1,3	0,4	1,48	1,04	0,70	1,60	0,50	0,27	0,38	0,43	1,10	?	0,41	1,30
PORCENTAGEM DE EXPORTAÇÕES A CADA REGIÃO OU PAÍS														
América hispânica								22,20	2,60	4,70	4,70	?	7,47	63,70
América anglofônica								3,70	13,20	4,70	2,30	?	0,95	2,30
África								3,70	13,20	2,30	2,30	?	0,06	1,60
Portugal								59,30	65,80	86,00	86,10	?	89,40	21,30
Restante da Europa								11,10	5,20	4,70	0,10	?	1,87	11,10
Outros											6,80	?	0,25	0,00
Sem informação	8,4	8,6	15,00	7,79	4,50	1,50	19,90	1,08	4,51	3,10	0,00	?	0,00	0,00

Fonte: 1966-1981: Sindicato Nacional dos Editores de Livros; 1982-1991: Câmara Brasileira do Livro.

Nota: Os números relativos a São Paulo e Rio incluem considerável quantidade de livros fornecidos a órgãos do Governo Federal (Mobral, INL etc.) para uso em todo o país. Em 1973, isso representou 9% da produção nacional, apenas no tocante ao Rio.

Fonte: (HALLEWELL, 2005 p. 608)

Através destes dados, podemos perceber o quão importante é esse eixo para o país em vendas e geração de lucro através dos livros em relação a outros Estados e regiões brasileiras. Vários fatores influenciam essa atividade, principalmente o econômico, questões relacionadas à distribuição de renda, escolaridade e facilidade de acesso, estão presentes nos pilares que sustentam Rio-São Paulo, pois desta maneira, consumir e ter acesso a livros fica mais fácil.

Além disso, outras regiões do país tem grande desvantagem em se tratar das distâncias que devem ser percorridas para os livros chegarem até os pontos de vendas. Se

atualmente existe demora na entrega de produtos e mercadorias, décadas atrás, essa realidade era bem maior. Segundo Hallewell (2005, p. 610),

A distribuição pelo enorme território brasileiro é, inevitavelmente, demorada e dispendiosa. Nos anos de 1970, com a navegação costeira praticamente inexistente, quase todos os livros passaram a ser remetidos por rodovia. Do Rio a Belém, um caminhão levava, teoricamente, dez dias; na realidade, porém, passavam-se pelo menos várias semanas entre a data do despacho e o aparecimento dos livros nas prateleiras das livrarias.

Essas eram algumas das dificuldades enfrentadas pelas editoras e distribuidoras do país, naqueles tempos, mas apesar de todas as dificuldades e carências que o território nacional possuía, os livros eram entregues nos seus destinos mais longínquos o que não tirava o título de maior consumidor de São Paulo e Rio de Janeiro.

No início do século XXI, para Earp e Kornis (2005), a distribuição de livros, era para autores, o maior problema do livro no País para a cadeia produtiva do livro e, o tema, o menos estudado neste procedimento que compõe a indústria do livro. Um processo tão importante deveria ser explorado de forma mais ampla, desta maneira, muitos problemas poderiam ser solucionados e repensados para uma atuação mais eficaz das empresas que realizam essa demanda, mas muitas vezes, os custos não cobrem tais processos. Neste sentido, Earp e Kornis (2005), referenciam que o distribuidor controla o estoque e a entrega dos livros, sendo este, um agente comercial e de logística, atuando de forma terceirizada e agregando valor ao produto, beneficiando-se de um valor praticado no ganho em escala que foge do alcance de um editor. Por isso a importância destas empresas para a área.

Um dos aspectos mais importantes para a construção e consolidação da Editora da Mente foi a capacidade da mesma em conseguir empresas que distribuíssem os livros de Lauro Trevisan pelo Brasil. As distribuidoras, ao constatarem que o autor, em suas jornadas e palestras com grande quantidade de público e repercussão passou a fazer sucesso, procuraram a Editora da Mente para distribuir seus livros. Tendo em vista que a porcentagem paga, segundo Earp e Kornis (2005), é de 10% a 15% sobre o valor de capa, tem-se uma boa explicação para tantas distribuidoras quererem fazer esse processo logístico com os livros de Trevisan, tornando mais fácil para a editora enviar seus títulos para diversos lugares do Brasil. Atualmente, segundo o site¹ da Editora da Mente, ela possui dezoito distribuidores, sendo que destes 16 distribuem livros no Brasil e duas no exterior.

Voltando para 1970 é relevante destacar, que neste período, haviam poucas livrarias no território brasileiro, somando-se todas, não passava de 500 empreendimentos, enquanto, na

¹ Site da Editora da Mente com as distribuidoras de seus livros e demais produtos: acesso em novembro de 2015 http://www.editoradamente.com.br/editora/?page_id=310

mesma época, cidades como Buenos Aires e Cidade do México, possuíam cada uma 500 livrarias (HALLEWELL, 2005). Logo em seguida, esse cenário passaria a mudar, principalmente pelo crescimento das zonas urbanas e com ela a chegada de *shopping centers*, como destaca o mesmo autor.

Um dos períodos de maior crescimento para o setor editorial foi entre 1978 e 1979, quando principalmente a venda a varejo crescera espetacularmente em 25% para muitas cadeias de livrarias. Além disso, como comenta Hallewell (2005), o número de editoras comerciais também cresceu e se desenvolveu, segundo o Guia das Editoras Brasileira do Snel, registrava no ramo editorial 481 empresas.

Neste período, todos os caminhos traçados pela Editora Globo foram importantes para consolidar seu mercado e um novo jeito de realizar essas transformações. Para a Editora foi muito bom em termos econômicos, pois conseguiu construir um catálogo repleto de obras. Vários foram os momentos e os segmentos que ela se inseriu, principalmente o do livro didático e obras para o ensino superior, mas com inúmeras mudanças no plano educacional, essa atividade foi reduzida a poucos por cento da sua operação. Na década de 1980, os negócios já eram tocados pelos netos de José Bertaso e sua sede encontrava-se em São Paulo, mais perto dos grandes centros comerciais do Brasil (HALLEWELL, 2005).

Embora a empresa tenha tentado uma reestruturação e abertura de empreendimentos em outros Estados do País, sobretudo na região sul, foi inevitável sua venda em 1986 sua aquisição pela Rio Gráfica Editora, organização da Rede Globo, que optou pela compra para ampliar suas atividades no campo do livro. Nessa época, a Editora possuía 2830 títulos publicados, atualmente a editora tem 520 títulos publicados no catálogo e seguiu as mesmas diretrizes editoriais da Editora Globo (HALLEWELL, 2005). A Editora Globo foi um grande marco empresarial do ramo no início da década de 1920 até meados da década de 1980, construiu novas formas de atuação e confiança em seus funcionários, que a levaram longe no cenário nacional com suas habilidades e competências, caso de Érico Veríssimo, mas que no entanto, devido a transformações encontraram outros caminhos onde seguir, sendo adquirida por uma das maiores empresas de telecomunicações do mundo, e que, por acaso, possuía o mesmo nome da tradicional Editora Globo, tradicional também, na área editorial e gráfica do país.

A década de 1980 é um período importante, pois se articula em um contexto mais promissor do setor editorial brasileiro e transformou o país em um grande produtor e criador de títulos, lançando autores e consagrando editoras que disputavam um mercado mais pujante e recheado de novidades. Só para citar algumas das empresas, podemos mencionar a Record,

Nova Fronteira, Codecri, L&PM como empresas que dispunham de títulos mais destacados na década de 1980 perante o mercado consumidor (HALLEWELL, 2005). A qualidade destinada aos trabalhos, além de um cuidado mais apurado nos catálogos e divulgação das obras, oportunizava um mercado consumidor mais amplo, dando espaço para mais empresas atuarem e vender seus produtos.

No ano seguinte, uma publicação da Leia Livros mencionada por Hallewell (2005), traz relação dos *best sellers* de 1981, que eram classificados em ficção, não-ficção e infantil. A primeira categoria, trazia à frente a Nova Fronteira, seguida pela Record e Brasiliense, Codecri e Globo. A não ficção era liderada pela Codecri e se seguia da Nova Fronteira, Brasiliense, Nórdica, Paz e Terra, além de Record e Vozes. Os livros infantis tinham seus *best-sellers* dominados pela Brasiliense, Ática, Cultura, L&PM e Melhoramentos (HALLEWELL, 2005). Cada vez mais a concorrência aumentava entre as empresas, tornando o mercado mais competitivo e disposto a crescer.

Segundo Camargo (2003, p. 146), “a literatura torna-se um bom negócio e a política vende livros à vontade. Nos anos 80 essa tendência se afirma e desenvolve”. No entanto, foi nesta mesma época, que grandes multinacionais começaram a invadir o mercado brasileiro, trazendo certa preocupação para editoras de todo país, tendo em vista que a competição com empresas estrangeiras que possuem maiores recursos e nome frente publicações nacionais poderiam dificultar as estratégias adotadas pelas editoras brasileiras. O grande problema para editoras nacionais, ao enfrentar a concorrência multinacional é financeira, pois o capital que uma multinacional dispõe é muitas vezes superior ao de uma empresa que atua quase isolada. Outro fator importante e praticado pelas editoras estrangeiras é o valor mais elevado para pagar direitos autorais e royalties, além do nome e prestígio que muitas têm ao redor do mundo (HALLEWELL, 2005). Todos estes fatores devem ser enfrentados e planejados para que uma editora possa atuar e ter resultados positivos no setor.

Este é somente mais um dos muitos fatores que estão presentes em um mercado competitivo e criativo, para muito, é necessário atuar de forma a consolidar ou tornar conhecido o trabalho realizado pela empresa, estas ações, tornam o empreendimento mais rentável e seguro, tanto para investidores quanto para a confiança do público que escolhe tais artigos para consumir. Para Kotler (2006, p. 13), “a orientação de produto sustenta que os consumidores dão preferência a produtos que oferecem qualidade e desempenho superiores ou que têm características inovadoras”. Os livros são um bem de consumo diferenciado, caso não sejam produzidos para o uso didático, devem ter características mais atrativas e que agradem aos leitores, colecionadores e outros públicos de interesse semelhante. Todos esses

acontecimentos pressionaram as editoras a reconfigurarem seu modo de operação e produção. Essas reconfigurações foram necessárias para que o setor alcançasse uma maturidade e ganhasse cada vez mais respeito e credibilidade do mercado interno e externo.

Segundo Hallewell (2005), nessa nova configuração do mercado editorial no Brasil, constatou-se que de 1985 a 1995, surgiram novas editoras, algumas possuíam assuntos pré-estabelecidos de títulos, movimentando um cenário competitivo entre as editoras e os autores, sobretudo em relação ao pagamento dos direitos autorais. É a partir dessa época, que movimentos que vinham ganhando destaque no mundo, eram estabelecidos como assuntos para editoras, podemos utilizar, como exemplo, o movimento gay e a primeira editora dedicada a publicar “literatura homoerótica” em 1994, pela Editora Transviatta. Neste mesmo período, ícones de um movimento feminista no Brasil, entre elas, a jornalista Laura Civita e a atriz Ruth Escobar, fundaram a editora pós-feminista Rosa dos Tempos, considerada a primeira editora especializada em publicar títulos direcionados a luta da mulher.

O período da década de 1990, no país, foi marcado para as editoras, pela segmentação de assuntos e o surgimento de novas temáticas, que passaram ser publicadas, bem como a expansão de redes de livrarias, sendo que em 1997, dez grandes lojas foram abertas e parte deste volume era de empresas multinacionais (HALLEWELL, 2005).

No contexto do século XXI, muitas transformações ocorreram no Brasil, podemos citar, entre elas, transformação de cunho social e econômica. Se ligarmos estas transformações a produção de livros, podemos constatar um cenário otimista. Segundo Reimão (2011), houve no país um aumento considerável de títulos e de exemplares editados, além da queda de preço, havendo elevação da bibliodiversidade no cenário nacional e de produção, na sua maioria, por autores brasileiros. Estes dados são importantes, pois demonstram o interesse das pessoas na leitura, desenvolvendo culturalmente nossos conterrâneos.

Podemos perceber, através da primeira tabela referenciada por Sandra Reimão, o aumento de livros vendidos no País de 2000 até 2009, constatando um crescimento otimista nesta primeira década do século atual. Já na segunda tabela, temos o total de exemplares comercializados nos anos de 2008 e 2009, indicando uma variação superior a 11% no aumento de compras de títulos neste período.

Tabela 2 – Total de exemplares de livros vendidos no Brasil por ano, 2000 - 2009

Total de exemplares de livros produzidos no Brasil por ano de 2000 a 2009 (Fonte: CBL e Hallowell, 2005: 741.)									
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
329 milhões	331 milhões	338 milhões	299 milhões	320 milhões	306 milhões	320 milhões	351 milhões	340 milhões	386 milhões

Fonte: (REIMÃO, 2011, p.195)

Tabela 3 – Total de exemplares comercializados por ano, 2008 - 2009

Total de exemplares comercializados por ano (incluindo compras governamentais) (Fonte: FIPE/ CBL/ SNEL)		
2008	2009	Var %
333.264.519	370.938.509	11,3

Fonte: (REIMÃO, 2011, p.196)

Estas duas tabelas trazidas pela autora, evidenciam um cenário promissor do livro no Brasil em dois aspectos: o primeiro é quanto sua produtividade que vem aumentando conforme os anos, surgindo novos títulos e oportunidades diferentes para novos autores. Já o segundo aspecto, se baseia na parte social e cultural, o brasileiro tem comprado mais livros, aumentando sua carga de leitura por ano, sinal positivo tanto para as empresas que atuam no ramo editorial, quanto para a formação cultural de nosso país.

É importante destacar, que no cenário atual, grandes mudanças ocorreram, principalmente envolvendo assuntos de vendas pela internet, através de sites e empresas especializadas na venda online de livros.

Uma questão do setor de produção de livros no Brasil que está em profunda e irreversível mudança são os canais de distribuição [...] venda por internet. A internet, através de sites de livrarias, comércio geral ou através de livrarias exclusivamente virtuais, foi a forma de comercialização de cerca de 3,6% dos livros vendidos no país, em 2009 (REIMÃO, 2011, p. 196)

Estas transformações que vem ocorrendo no mundo e no Brasil, como já comentou a autora são irreversíveis. Comprar livros pela internet causa uma experiência diferente no consumidor, talvez não igual a que ele passa ao comprar em uma livraria, tendo a seu alcance questões referentes ao cheiro, tato e grande variedade de livros bem a sua frente, mas uma experiência de preço e econômica, pois os livros vendidos online são mais baratos. É evidente que estes números ainda são pequenos, mas crescem a cada ano.

Da mesma forma atua a Editora da Mente, que disponibiliza em seu site, produtos para venda online, desde livros a CD's e DVD's e que, segundo Fleig (2015), representam um

total de venda de quase cinco por cento do faturamento da editora, não muito distante da realidade do mercado em 2009. Essa abordagem dentro da Editora é recente, mas entendida por seus gestores como fundamental para permanecer em diferentes canais de distribuição do setor.

Assim, nestes últimos anos, temos vindo a assistir ao aparecimento de livros em versão digital, de editores electrónicos, de livrarias virtuais, de obras de referência e bases de dados textuais online, de obras hipertextuais e de dispositivos de leitura de livros electrónicos (FURTADO, 2003, p.1).

O mercado de livros, neste século, evoluiu muito em poucos anos, sobretudo na oferta de dispositivos para leitura de textos online ou adquiridos em sites especializados. Além disso, podemos ler mais na tela do computador. O trabalho do editor ainda continua igual, o que realmente muda, são os formatos e os suportes onde estes textos são apresentados. Para Furtado (2003 apud BIDE et al, 2000), é preciso olhar para além dos fatores tecnológicos da mudança, é necessário compreender que são, em muitos aspectos, as dimensões sociais, culturais e econômicas e a maneira que elas interagem com as recentes tecnologias, que na realidade vão afetar ou não a edição no futuro.

2.4 Livros de autoajuda, um conceito e a expressividade de Lauro Trevisan no ramo

Para compreendermos melhor as obras de Lauro Trevisan, é necessário conhecer um pouco do contexto da literatura de autoajuda, tendo em vista que as obras do autor se enquadram neste tipo de gênero literário. Rüdiger conceitua a literatura de autoajuda como

“Expressão textual de um conjunto de práticas engendrado pela cultura popular anglo-saxônica, que se transplantou para toda a parte onde a moderna indústria da cultura revolucionou o modo de vida, transformando-se com o tempo em uma verdadeira categoria cultural da baixa modernidade (RÜDIGER, 2010, p. 8).

Esse conceito permite que entendamos melhor o significado deste gênero bem quanto sua origem e sua apropriação por parte de práticas culturais no mundo. Rüdiger (2010) comenta ainda, que o assunto refere-se a um conjunto textualmente mediado de práticas, pelas quais as pessoas tentam descobrir seus poderes interiores, tentando conseguir uma posição individual supra ou intramundana. Para o autor, as pessoas têm dentro de si, os recursos necessários para desfrutar de uma “vida completa”. Esse processo é recente no mundo e ocasionado por demandas sociais, sobretudo, impostas pela Revolução Industrial, mas que, no entanto, o princípio de auto cultivo, é antigo e arraigado em muitas culturas remotas, aonde a

civilização já procura no seu eu interior regras de conduta para legitimar suas atuações e ações no modo de ser.

Segundo Hellewell (2005), a Revista Visão, de 1991, o fenômeno da autoajuda, começou com a venda de 700 mil exemplares de *Complexo de Cinderela*, da Editora Record. Podemos considerar também que em 1993, que de cada dez livros da lista dos mais vendidos, oito eram de autoajuda.

Já Rüdiger diz que o fenômeno de autoajuda tem caráter da indústria cultural, já que produz e massifica muito intensamente os seus produtos. Neste sentido, o autor aponta que:

No Brasil, Joseph Murphy, Mandino e Carnegie venderam juntos cerca de cinco milhões de exemplares. Os livros do último superaram, em cinco décadas, a casa das cem edições. Lauro Trevisan, escritor nacional, sozinho, teria vendido cerca de um milhão e meio de livros, formadores de um conjunto de vinte títulos, desde que começou sua carreira, em 1980. *O poder infinito de sua mente*, lançado nesta data, vendeu até hoje mais de duzentas e cinquenta edições, aproximando-se da casa de um milhão de exemplares, segundo os dados do editor (RÜDIGER, 2010, p. 17).

Atualizando estas informações, segundo os novos dados do editor e o catálogo da Editora da Mente, fotos em anexo, o primeiro livro lançado por Trevisan, já está na sua 515ª edição e tem mais de um milhão e cem mil exemplares vendidos nestes 35 anos. Rüdiger (2010) coloca ainda que a literatura de autoajuda constitui temas variados e de extensão. Lauro Trevisan direcionou suas obras para o poder da mente, pois o assunto sempre causou interesse no autor, ao menos, desde 1975 quando o mesmo começou seus estudos na área.

O Novo Pensamento, verdadeiro movimento de autoajuda, foi um fenômeno cultural de classe média, apoiado por formidável máquina de ensino e propaganda, que se propunha a desenvolver o chamado potencial humano e se originou da reinterpretação pragmática dos conceitos mentalistas postos em circulação no final do século passado por uma série de filósofos populares e publicistas, na esteira do surto de religiões mind-cure verificado um pouco antes. O programa pretendia, em resumo, difundir os segredos do sucesso, da saúde mental e da realização pessoal entre a população, ensinando como fazer da relação consigo mesmo (o self) o campo de aplicação prática de um conjunto de técnicas subjetivantes, baseadas no suposto poder da mente (RÜDIGER, 2010, p. 79).

Esta foi a mesma corrente adotada por Trevisan em suas publicações, fazer com que seus leitores, admiradores e participantes entusiasmados da sua corrente de pensamento e autoajuda tomassem para suas vidas, difundindo a certeza de que cada um é capaz de alcançar o sucesso, esteja ele no âmbito da saúde, da realização pessoal ou ainda, da realização econômica. Todas estas questões relacionadas ao contexto de autoajuda, quase inédito no Brasil de 1980, uma oportunidade impar para tratar deste assunto com livros direcionados para a área. Foi em um momento exato daquela situação, que Trevisan passou a difundir sua

ideologia do poder da mente, que culminou em seu reconhecimento por milhões de pessoas, que em busca do sucesso, se interessaram pela literatura do padre escritor.

Para melhor compreendermos a importância de Lauro Trevisan no mercado de livros de autoajuda é necessário ter como referência números de suas principais publicações, ou seja, aquelas que mais venderam e se tornaram importantes enquanto títulos. Desta forma, referenciaremos a tabela proposta por Rüdiger (2010), para tal verificação.

Quadro 1 – Principais autores de autoajuda de 1910-1992

1. Carnegie, D. *Como fazer amigos e influenciar pessoas*, 1939 42.ed.
2. Peale, N. *O poder do pensamento positivo*, 1956 38.ed.
3. Murphy, J. *O poder do subconsciente*, 1968 36.ed.
- 4. Trevisan, L. *Você pode alcançar riquezas*, 1986 30.ed.**
5. Carnegie, D. *Como viver sem preocupações*, 1949 29.ed.
- 35 Apresentação
6. Bristol, C. *TNT: nossa força interior*, 1962 28.ed.
7. Ribeiro, L. *O sucesso não ocorre por acaso*, 1991 27.ed.
8. Hay, L. *Você tem poder de curar sua vida*, 1990 25.ed.
- 9. Trevisan, L. *Você pode se pensa que pode*, 1984 22.ed.**
10. Murphy, J. *O poder cósmico do subconsciente*, 1973 20.ed.
11. Murphy, J. *Para viver melhor*, 1969 18.ed.
12. Dyer, W. *Seus pontos fracos*, 1978 17.ed.
13. Murphy, J. *Telepsiquismo*, 1974 16.ed.
14. Peale, V. *Como confiar em si mesmo*, 1958 16.ed.
15. Robbins, A. *Poder sem limites*, 1989 15.ed.
16. Buscaglia, L. *Vivendo, amando e aprendendo*, 1984 15.ed.
17. Silva, J. *O método Silva de controle mental*, 1984 15.ed.
18. Murphy, J. *A força do poder cósmico*, 1974 15.ed.
19. Murphy, J. *1001 maneiras de enriquecer*, 1970 15.ed.
20. Peale, V. *É fácil viver bem*, 1962 14.ed.
21. Atkinson, W. *A força do pensamento*, 1912 14.ed.
22. Turnbull, V. *Curso de magnetismo pessoal*, 1918 14.ed.
23. Hay, L. *Ame-se e cure sua vida*, 1991 14.ed.
24. Sherman, H. *Super - TNT*, 1976 13.ed.
25. Peale, V. *O valor do pensamento positivo*, 1960 12.ed.
26. Bremer, S. *Poder é curar*, 1970 12.ed.
27. Hill, N. *A lei do triunfo*, 1945 12.ed.
28. Mulford, P. *Nossas forças mentais*, 1915 12.ed.
29. Murphy, J. *A magia do poder extra-sensorial*, 1972 11.ed.
30. Mandino, Og. *O maior segredo do mundo*, 1972 12.ed.

Hors concours. Trevisan, L. *O poder infinito de sua mente*, 1980 250.ed.

* A data no quadro se refere ao ano da primeira edição. (*grifo meu*)

Fonte: (RÜDIGER, 2010, p. 35)

A partir da tabela proposta por Rüdiger, notamos a presença de Lauro Trevisan por três vezes, ou seja, somente na década de 1980, o autor lançou três *best sellers* quase que simultaneamente, revelando que suas publicações eram realmente consumidas pelas pessoas que buscavam suporte em suas obras de autoajuda, mostrando que o autor era, já naquela época, conhecido e representava vendas altas para o gênero, principalmente pelo autor e sua

editora, estarem localizada em um eixo totalmente distante dos grandes centros do Brasil, localizado em Santa Maria, região central do Estado do Rio Grande do Sul.

3 A CONSTRUÇÃO DA EDITORA DA MENTE POR LAURO TREVISAN

Para compreendermos melhor a trajetória de Lauro Trevisan enquanto escritor de sucesso na literatura de autoajuda e editor é necessário entender sua formação e atuação profissional que o transformou em um padre escritor e editor conhecido e reconhecido, no país e no mundo, através de seus livros de autoajuda. Desta forma, o suporte de Dalmolin (2007) é necessário, tendo em vista que seu trabalho como pesquisadora contempla a Revista Rainha, lugar onde Lauro Trevisan iniciou suas atividades como Editor Chefe de uma das revistas mais importantes do Sul do Brasil. Além disso, será utilizada para expor a construção da Editora da Mente e carreira de Lauro Trevisan, questões referentes a uma entrevista realizada com ele e sua assistente pessoal, desde os tempos que a editora estava sendo construída, Maria Odete Fleig. Através da entrevista², foram colhidas respostas importantes que trazem a luz deste trabalho, considerações sobre o início de Trevisan como escritor, editor de livros no segmento de autoajuda.

Nascido em 14 de agosto de 1934, Lauro Trevisan ordenou-se sacerdote em 1959, período próximo ao que assumiria a revista Rainha. Fundada em 1923, pelo padre Rafael Iop, *Regina Apostolorum* era um veículo representante do catolicismo feita para as famílias cristãs do início do século XX no interior do Rio Grande do Sul (DALMOLIN, 2007). Ao longo das décadas, a revista vai se consolidando e promovendo algumas ações para aumentar seu número de assinantes, difundindo sua circulação pelo estado do RS e outros no Sul do país. Artur Stefanello, posteriormente a morte de Iop, assume em 1947 a direção geral da revista e é ele quem tenta expandir suas assinaturas.

O novo diretor será pioneiro na tentativa de aumentar o raio de atuação do mensário palotino, particularmente voltado ao cenário local. Recém empossado, Stefanello lança a campanha das 5.000 assinaturas, a fim de ampliar os 1.500 assinantes então existentes. Em razão do êxito, alcançado em agosto de 1948, o padre reza missa de ação de graças no Santuário Mãe Rainha, em Santa Maria, “na intenção dos zeladores, assinantes e benfeitores.” (DALMOLIN, 2007, p 21).

O esforço de Stefanello em aumentar a circulação da revista Rainha dos Apóstolos começa a tomar proporções grandes e assim, a revista passou a se tornar conhecida e era tida como referencia pelas famílias de bons costumes católicos, mas com o passar dos anos, a publicação e seus editores não souberam acompanhar os acontecimentos do mundo e

² A entrevista foi realizada no dia 22 de setembro de 2015, na Editora da Mente em Santa Maria – RS, com método de entrevista semiestruturada, para melhor colher informações do objeto.

principalmente da mídia que começava a se estruturar em um cenário nacional. Foi então, que em 1961, Pe. Lauro Trevisan assumiu como diretor da revista.

Segundo Dalmolin (2007), no início da década de 1960, a revista passou por mudanças revolucionárias, implantando-se um novo modo da publicação se inserir no mundo enquanto veículo midiático, motivadas por Lauro Trevisan que tinha a pretensão de transformar o pequeno mensário da cidade de Santa Maria – RS em uma revista de projeção.

O alcance da reforma acompanha uma profunda reestruturação tanto na postura editorial, na diagramação e na distribuição das matérias, como na equipe redacional e na própria organização produtiva. Na iniciativa de romper com o que estava sendo feito, Pe. Lauro irá consolidar um perfil editorial próprio, introduzindo transformações que repercutem no crescimento da tiragem e na consequente ampliação do público leitor (DALMOLIN, 2007, p 35).

O novo diretor tinha em mente a necessidade de transformar a revista, adequá-la às novas transformações, aproximando a revista aos meios mais modernos existentes no país, para modificar sua aparência de revista velha, que continha traços de seu surgimento em algo novo e reformulado, mais bonita, caprichada e que atendesse um novo mercado de consumo no contexto social daquela época.

As transformações na revista, de 1961 até 1968, foram, segundo Dalmolin (2007), tímidas, muito devido às limitações técnicas impostas pelas máquinas que imprimiam a revista, mas foi a partir da primeira edição comandada pelo Pe. Lauro Trevisan, que o formato (23X32cm) foi adotado, deixando para trás o antigo de (16X32cm), aproximando a revista de publicações mais tradicionais utilizado por revistas de informação na época, como por exemplo, a Revista Cruzeiro e Manchete. Somente a partir de 1967 é que a revista Rainha dos Apóstolos passa a ser impressa pelo sistema *off-set*, proporcionando mais qualidade e destaque dos objetos em seu miolo, como as fotografias, ilustrações e outras composições pertencentes à revista. Ainda neste mesmo contexto, o nome da publicação é alterado, passando a se chamar, Rainha, o que, segundo Dalmolin (2007), condizia mais com a nova política editorial adotada, descaracterizando-a de um sentido estritamente religiosa e aproximando a revista de novos públicos, além de publicar temas mais amplos para suas reportagens, como atualidades, psicologia, entretenimento e outros.

Todas estas transformações idealizadas pelo novo editor permitiram a revista inúmeras alterações e adaptações, proporcionando maior abrangência de público e crescimento em suas assinaturas. A utilização de profissionais especializados foi parte importante no processo de mudança de conteúdo da Rainha, pois trazia pessoas com domínio em temáticas para tratar dos novos assuntos empregados nas reportagens, deixando estas, de

serem produzidas apenas pelos religiosos (DALMOLIN, 2007). A nova linguagem utilizada e a nova forma de comunicar foram importantes e necessárias para, além de construir novas formas de abordar os leitores, fidelizar os mesmos.

Podemos notar, ainda que timidamente, o interesse de Pe. Lauro Trevisan por assuntos relacionados a autoajuda. Na seção da revista voltada para a família, a publicação adota uma prática mais pedagógica, e divulga conteúdo com carácter de autoajuda, deixando de impor uma doutrina cristã, subsidiando para as famílias novas formas de perceberem suas relações, de maneira mais harmoniosa e afetiva, levando o otimismo como mensagem, a fim de que as pessoas, família, encontrem a felicidade (DALMOLIN, 2007).

Lauro Trevisan passou a estudar o poder da mente em 1975, dois anos antes de sair da Revista Rainha e iniciar seus trabalhos como escritor e editor de livros independente. Segundo Trevisan (2015), o editor levou a publicação Rainha de 11 mil exemplares para mais de 100 mil exemplares vendidos, sua contribuição se deu tanto na forma de editor, quanto a de escritor em algumas seções da revista. O autor ainda comenta que sempre sentiu muita vontade em aprender coisas novas e sempre teve o gosto pela escrita. Em 1975, Lauro Trevisan participa do primeiro curso, no Rio de Janeiro, sobre O Controle da Mente, se interessando bastante nas novas descobertas sobre as potencialidades do ser humano. As questões abordadas nos cursos se referiam ao homem e suas potencialidades desconhecidas, como por exemplo, quais são os poderes que emanam do ser humano; quem somos nós; o que podemos nesse mundo e etc. A partir destes estudos, utilizados ainda na Revista Rainha, Lauro Trevisan passou a juntar informações e conhecimento sobre o assunto.

Segundo Dalmolin (2007, p. 46),

Reforçam este ponto de vista as idéias de Pe. Lauro sobre a promoção da espiritualidade através da visão de um “mundo mais positivo”. Essa perspectiva de Lauro Trevisan, refletida nas páginas de *Rainha*, irá se desenvolver melhor na trajetória que o editor irá seguir após deixar a revista, como escritor de livros de auto-ajuda e divulgador da “ciência do poder da mente”.

Desta maneira, Lauro Trevisan consolida sua jornada no meio editorial, foram 16 anos à frente da revista, período que se inicia em 1961 e dura até 1977, o que possibilitou um grande conhecimento sobre o processo editorial, neste contexto voltado para uma revista, mas que transformariam suas atividades futuras enquanto escritor e editor de livros em um cenário local, mas de projeção nacional e internacional.

3.1 A construção da Editora da Mente

Após ter sido, por muitos anos, Editor Chefe da Revista Rainha, Pe. Lauro Trevisan havia se interessado por assuntos não muito comuns a um padre, poderes da mente. Essa prática não era aceita e tão pouco difundida pela organização da qual Trevisan fazia parte, mesmo assim, o religioso e editor, seguiu em frente com seus estudos, iniciados em 1975, no Rio de Janeiro.

Em 1977, Lauro Trevisan recebe de seu superior a proposta de deixar Santa Maria e a coordenação da Revista Rainha, para se mudar para Porto Alegre e comandar novas atividades gráficas e editoriais. Essa proposta implicaria em transformações na vida do padre, que, além de se responsabilizar por atividades editoriais durante a semana, teria que se dedicar a casa e a paróquia Palotina aos finais de semana. Segundo Trevisan (2015), essas atividades lhe roubariam muito tempo na vida, e o mesmo, não poderia mais se dedicar a seus cursos, aprendizados e novos sonhos, responsáveis por sua felicidade. Trevisan recusa a proposta e decidi ficar em Santa Maria, mas fora das atividades da revista. Neste meio tempo, Trevisan passa a participar mais assiduamente de cursos e palestras a respeito do poder da mente, incorporando bastante conhecimento sobre o assunto.

Em 1980, os estudos realizados por Trevisan, já traziam respostas para o autor, que, no mesmo ano, já havia escrito seu primeiro livro, *O poder infinito da sua mente*. Em 1980, poucas editoras se arriscariam em publicar um autor desconhecido, ainda mais, escrevendo sobre um assunto pouco explorado e conhecido no meio literário: o poder da mente. Lauro Trevisan entra em contato e envia seu original para a Editora Record, uma das maiores e mais respeitadas editoras do Brasil naquela época, que tinha sua sede na cidade do Rio de Janeiro. Para a surpresa de Lauro Trevisan, que acreditava muito em seu trabalho, a editora negou seu original, dizendo que não publicaria o mesmo. Bastante aborrecido, mas não desacreditado, Trevisan (2015), motivado a publicar sua obra não desistiu. Se eles não querem publicar minha obra, eu mesmo farei isso. Otimista, experiente e cheio de vontade, Trevisan lança o livro.

A motivação de Lauro Trevisan, associada a sua experiência de mais de 15 anos como editor na Rainha, deram suporte para que o mesmo lançasse seu livro, iniciando em 1980, a construção da Editora da Mente, que está a mais de três décadas no mercado brasileiro lançando livros de um único autor que também é seu próprio editor, uma configuração impar

e pouco vista no cenário editorial, mas que conseguiu se consolidar em um mercado restrito, sobretudo para os anos 80 e que perdurou mesmo assim.

Segundo Trevisan (2015), seu primeiro livro, *O poder infinito da sua mente*, já vendeu mais de um milhão e cem mil exemplares no mundo todo, estando atualmente na sua 515ª edição. A partir do sucesso que o livro representou para o autor e para sua editora, Lauro Trevisan não parou mais de escrever e publicar livros, tornando este, um dos seus títulos mais famosos e conhecidos no mundo, sendo este um *best seller* de grande expressão para o segmento de autoajuda.

Trevisan (2015) comenta também, que na mesma época, comprou e reformou uma antiga casa de comércio que ficava no calçadão de Santa Maria, lá ele abriu a Livraria da Mente, pois tinha interesse em vender obras de outros autores, além de dar oportunidade para o público em geral, conhecer outras correntes de pensamentos, sem deixar de vender suas obras no mesmo lugar. A Livraria da Mente é até os dias de hoje, uma referencia na cidade de Santa Maria na venda de diversos títulos, sobretudo, títulos que difundem várias correntes de pensamento e espirituais, bem diferentes da doutrina religiosa, formadora do Pe. Lauro Trevisan, mas que ele próprio soube dar espaço desde sua atuação na Revista Rainha.

Para tornar a editora uma empresa séria e com credibilidade frente a seu público, Trevisan (2015) argumenta que foi necessária a criação de uma identidade própria para a empresa, com a criação de uma marca, escolha de cores e outros fatores ligados a isto. No início da editora, a promoção dos livros se dava como comenta Trevisan (2015) de forma mais pessoal, aonde o próprio escritor fazia a promoção e divulgação dos seus livros, para isso, era necessário estar onde o público estava, assim, era difícil ficar parado sem exercer atividades, era importante percorrer o Brasil inteiro em busca de leitores. Foi através das jornadas promovidas que Trevisan conseguia divulgar seu trabalho e expandir as vendas. Para onde haveria jornada, a editora, através de transportadoras enviava os livros e oferecia para as pessoas que estavam participando das palestras conferidas pelo autor. Desta forma, era realizada a venda de muitos livros, “chegando em 40, 50, 70 edições vendidas” (TREVISAN, 2015).

Podemos perceber que o mercado de livros formado por Lauro Trevisan, se deu a partir do momento que o mesmo, juntamente com sua equipe, percebe que promover os próprios livros através das jornadas e palestras conferidas pelo autor, trazem resultados satisfatórios. Conhecer pessoas e divulgar os livros, torna possível a expansão do negócio para Trevisan e sua editora, nascia desta forma, a consolidação da Editora da Mente, pois

depois da empresa ter aprendido como criar, manter e expandir seu mercado, era necessário manter o ritmo de produção em alta.

Cada vez mais experiente e com seu conhecimento sobre poder da mente aumentando, Trevisan (2015), relata que foi necessário expandir a editora, vender direitos autorais para outros países, pois cada vez mais, seu nome crescia e virava referência no assunto de autoajuda no país e fora dele, dos anos 1980 até o início dos anos 2000, a vida de Lauro Trevisan foi agitada e movimentada. Embora o pedido de livros fosse grande e suas vendas também, Trevisan (2015) comenta que passou por inúmeras situações ruins, sobretudo por pessoas e entidades que tentavam combater o avanço de suas obras, tendo em vista que o assunto tratado nos livros de Lauro Trevisan era relacionado ao poder da mente. A Igreja Católica teve papel importante nesse combate, mas Lauro Trevisan não parou de publicar seus estudos e pensamentos através dos livros. Muitas pessoas se referiam ao trabalho do autor como “charlatanismo” e que o mesmo enganava seus leitores e seguidores. Trevisan rebatia todas essas críticas e, sempre que possível, indagava que cada vez mais, novos estudos relacionados a sua área surgiam e podiam ser comprovados, até mesmo por famosas instituições de ensino do mundo, caso de pesquisas realizadas em Harvard, uma das mais importantes universidades do mundo, como mencionou o autor. Essa parte sempre foi a mais negativa na carreira do escritor, no entanto, como ele mesmo comenta “eu era um pioneiro” (TREVISAN, 2015). Desta forma, sendo um dos percursores da literatura de autoajuda no Brasil, o autor se considera um pioneiro e explorador da área, sobretudo no meio religioso, algo que não era comum nem mesmo evidente.

Trevisan (2015) comenta, que se sua editora não estivesse na parte mais meridional do Brasil, quase no fim do mundo, mas sim em um grande centro, como Rio de Janeiro ou São Paulo, sua casa publicadora poderia ter rendido muitos outros frutos, pois sua exposição teria sido completamente diferente, mas mesmo assim, preferiu seguir e tocar seus negócios de Santa Maria para o resto do Brasil e mundo. Em cada viagem realizada, mais livros eram vendidos, mais pessoas tomavam conhecimento de suas publicações, além das empresas que percebiam que seu nome estava se popularizando. A partir disso, muitas livrarias e distribuidoras chegaram e entraram em contato, havendo negociações que promoveriam seus livros pelo país, tornando mais fácil a forma de vender seus livros, não mais somente através das jornadas, mas também a partir de um mercado e de uma rota tradicional percorrida pelos livros em sua cadeia de produção.

A Editora da Mente quando começou a atuar, segundo Fleig (2015) surgiu bem pequenininha, depois, com as jornadas e com o número de livros que eram escritos e

publicados essa realidade mudou, segundo ela, que sempre foi o braço direito de Lauro Trevisan, a editora chegou a ter mais de 50 funcionários, que eram encarregados por diversas partes do processo produtivo dos livros, setores administrativos, dentre outros importantes para efetuar tais funções. No entanto, a parte mais ligada aos livros era trabalho de Lauro Trevisan, que além de escolher os temas que escreveria e, que possivelmente seriam aceitos pelo público, era ele o responsável pela revisão, pela montagem do livro, paginação e concepção criativa do mesmo, terceirizando um capista para criar, conforme suas ideias, os modelos que estampariam suas obras (TREVISAN, 2015). Por ter sido, durante anos, editor de uma revista, se tornava um trabalho fácil e rápido de ser executado e planejado, além também, de ser uma forma de baratear e cortar custos na produção. Talvez esse seja um dos grandes diferenciais apresentados pelo escritor e editor, ele mesmo desenvolveu sua editora e ele mesmo atua nela de forma profissional, não sendo meramente um autor que se auto publica, mas sim, um escritor e editor que atua profissionalmente em suas atividades editoriais.

Para melhor compreender essa atividade desempenhada por Trevisan, Araújo explica que

O conceito básico de editor, ao que parece, só conseguiu manter-se presentemente em inglês. Nesta língua, editor possui o sentido de pessoa encarregada de organizar, i.e, selecionar, normalizar, revisar e supervisionar, para publicação, os originais de uma obra e, às vezes, prefaciar e anotar os textos de um ou mais autores. Ao que, em inglês, significa *Publisher* (proprietário ou responsável de uma empresa organizada para a publicação de livros), corresponde *éditeur* em francês, *editor* em espanhol, *editore* em italiano, *editor* em português, tal como Antônio Houaiss definiu, no sentido corrente da “pessoa sob cuja responsabilidade, geralmente comercial, corre o lançamento, distribuição e vendas em grosso do livro, ou instituição, oficial ou não, que, com objetivos comerciais ou sem eles, arca com a responsabilidade do lançamento, distribuição e, eventualmente, venda do livro (ARAÚJO, 2008, p. 37).

Esse conceito apresentado por Emanuel Araújo (2008) deixa claro, que a atividade exercida por Lauro Trevisan, se encaixa perfeitamente na atividade de um editor, pois o mesmo atua de forma semelhante após escrever seus livros, sendo o próprio autor responsável pelo trabalho de editoração de suas obras, normalizando seu texto, revisando seu texto, além de ser proprietário da casa publicadora dos livros, promovendo os mesmo e fazendo com que eles sejam enviados e distribuídos para os diversos lugares aonde foram encomendados ou requisitados por seus interessados. Ainda neste mesmo sentido, Araújo (2008) coloca como exemplo, uma publicação realizada pela UNESCO, onde o editor significa pessoa responsável pelo conteúdo ou então pela preparação da publicação de algum documento para o qual ele

poderia ter contribuído ou não. Desta forma, fica evidente que o termo editor, pode ser utilizado tanto para quem é responsável pela obra criando ou não seu conteúdo.

Uma questão importante sobre a Editora da Mente é tentar compreender porque a mesma, nunca abriu suas portas para outros autores. Embora tenha em seu catálogo, diversos títulos, são 85 ao total, criados e desenvolvidos durante 35 anos pelo Pe. Lauro Trevisan, ainda sobriaria espaço para novos escritores, tendo em vista que a editora possui competência e credibilidade frente a seus fornecedores, distribuidores e outros públicos responsáveis pelo mercado editorial criado por ela. Segundo Trevisan e Fleig (2015), a editora estava focada em trabalhar somente os livros escritos e idealizados por Lauro Trevisan, pois o esquema de negócios, quando formulado e colocado em prática, deu certo, pois o próprio autor promovia suas obras em jornadas e palestras, que conseguia levar muitas pessoas até essas conferências, otimizando a divulgação, a venda e a distribuição de alguém que praticamente difundiu no mercado brasileiro a literatura de autoajuda relacionada aos poderes da mente.

Outro fator importante para que esta abertura não tenha sido realizada ou efetivada, embora tenha havido procura por escritores interessados em publicar livros pela editora, é que outros profissionais deveriam ser contratados para compor o quadro de funcionários da casa, o que, de certa forma, traria mais custos para a mesma, mais burocracia e envolvimento de uma equipe que já sabia e conseguia trabalhar em prol de um único escritor e, que, conseguia gerar demandas elevadas e eficientes para uma editora pequena e afastada dos grandes centros. Para amenizar ou dar oportunidades, Lauro Trevisan disponibilizava, através da Livraria da Mente, espaço para quem quisesse vender seus livros, claro que essa ideia é diferente, mas foi a maneira encontrada por ele e por sua empresa, para dar espaço e visibilidade para outras obras e correntes de pensamentos e que, ainda, eram de certa forma, concorrentes diretas de suas publicações. Estas são algumas características encontradas em uma editora que nasceu com o intuito de publicar livros “próprios”, elas nascem para suprir demandas que anteriormente não seriam aceitas por outras empresas, mas que deram certo e conseguiram identificar um formato de atuação em um mercado restrito e ao mesmo tempo concorrido.

Papel importante na construção da editora teve a Gráfica Pallotti. Foi neste local, que Lauro Trevisan iniciou suas atividades como editor e da qual, recusou sua transferência para Porto Alegre – RS em 1977. A gráfica, pertencente à Congregação Palotina, iniciou suas atividades no início do século XX, promovia muitos trabalhos e publicações, entre elas a Revista Rainha, da qual Trevisan, por muitos anos foi editor chefe. Lá, Trevisan aprendeu a arte da editoração e conseguiu imprimir mudanças significativas, dando maior visibilidade para os produtos desenvolvidos, além de iniciar transformações no parque gráfico da empresa,

com aquisições de máquinas novas para realizar as impressões diversas que eram realizadas na Gráfica Pallotti. Segundo Trevisan (2015), quando ele elaborava um livro, tirava da máquina de escrever, construía seu boneco e ordenava sua paginação, posteriormente a isto, enviava o original para a tipografia, eles eram impressos e reenviados para que Trevisan pudesse corrigir e ajustar detalhes que haviam faltado, pensava em uma estrutura para a capa, cores, elementos gráficos e outros aspectos capazes de gerar emoção no consumidor. Depois desse processo, ele autorizava a impressão do livro e começava sua divulgação.

Trevisan (2015) comenta que durante esse procedimento, mais manual, o trabalho realizado era demorado e exigia paciência por parte de toda a equipe. Quando o advento da computação surgiu, o trabalho passou a ser realizado de forma muito mais eficiente e rápido. O processo possibilitou inúmeras mudanças na forma de atuação, tanto por parte de Lauro Trevisan, quanto por parte da gráfica.

Podemos exemplificar o uso de novas tecnologias, através de Pierre Lévy, que menciona que as novas tecnologias, sobretudo os computadores

Abriram uma nova fase na automação da produção industrial: robótica, linhas de produção flexíveis, máquinas industriais, com controles digitais etc. presenciaram também o princípio da automação de alguns setores terciários [...] desde então, a busca sistemática de ganhos de produtividade por meio de várias formas de uso de aparelhos eletrônicos, computadores e redes de comunicação de dados aos poucos aos poucos foi tomando conta do conjunto das atividades econômicas. Esta tendência continua em nossos dias (LÉVY, 1999, p. 31).

A computação tornou o trabalho melhor, prático e menos cansativo. Se antes era demorado para bater o texto na máquina de escrever, agora era possível escrever e montar o livro no *software* utilizado. Essas tecnologias recentes e informatizadas são excelentes e trouxeram inúmeros benefícios para os cidadãos, inclusive para a gráfica que podia realizar mais rapidamente suas atividades. Levando em consideração o aperfeiçoamento das máquinas e sua otimização, elas foram importantes não somente para Trevisan e suas obras, mas também, para um vasto mercado que existia. Ao se tratar da parceria entre Lauro Trevisan e a Gráfica Pallotti, o mesmo afirma que as atividades se deram apenas no contexto profissional, e todos os trabalhos desenvolvidos entre a editora e a gráfica se deram de modo profissional, mas Trevisan (2015) comenta que a gráfica, por ter realizado diversas impressões ao longo desses 35 anos, sempre conseguiu atender de forma especial a produção de livros de Lauro Trevisan. Outro fator importante, segundo Trevisan e Fleig (2015), era a qualidade desempenhada pela Gráfica Pallotti, bem quanto à facilidade de comunicação entre a editora e a gráfica. Além disso, conforme os entrevistados, a Pallotti fica em Santa Maria, o que

facilitava o contato entre as empresas e a disponibilidade quase que imediata de qualquer livro do autor que já estava arquivado e, de certa forma, pronto para ser impresso quando necessário.

A demanda da gráfica para os livros de Lauro Trevisan realmente eram enormes, muitas vezes, a procura por livros era tanta, que uma única edição chegava a cinco mil, dez mil impressões, o que para o mercado é considerado grande volume de produção e vendas destas impressões. A Gráfica Pallotti foi e é importante para a produção dos livros da Editora da Mente, parceiros por mais de três décadas, realizando trabalhos em conjunto e promovendo a qualidade gráfica que é reconhecida da empresa.

O uso das novas tecnologias também foi importante para a editora em um sentido muito amplo. A partir da inserção da empresa nesse meio, adotando o uso da computação e da internet, novas possibilidades de negociações surgiram, tornando a demanda de produção, divulgação e distribuição, muito mais rápida e fácil de ser executada.

Neste sentido, as grandes viagens realizadas por Lauro Trevisan e sua equipe, aos poucos deixaram de ser realizadas. Se antes era necessário percorrer o Brasil, a América do Sul e do Norte e a Europa para promoção dos livros, até que alguma empresa distribuidora, grupo ou livraria se interessassem, a internet possibilitou ganhos econômicos, por diminuir o ritmo de viagens e principalmente, otimizou o tempo da equipe e do próprio escritor, que poderia se concentrar em novas publicações para sua editora.

Segundo Fleig (2015), é muito difícil encontrar um público para seu livro, é necessário ir direto aonde este público se encontra. Talvez esse tenha sido o grande diferencial de promover jornadas para vender livros, os maiores interessados estavam próximos, eram pessoas que queriam descobrir seus poderes pessoais do sucesso, da negociação, do fazer acontecer, Lauro Trevisan era esse catalizador, que, através das suas palestras e dos livros, poderia dizer algo a respeito para aquelas pessoas. Maria Odete Fleig, que acompanha a editora desde a sua criação, revela que para um autor dar certo, é fundamental a proximidade com o público, carisma e atenção, “de nada adianta escrever um livro sobre o Papa e que não tem nada a ver com autoajuda, nós é que vamos ter que procurar, através da internet, da divulgação, leitores para esse livro” (FLEIG, 2015).

Essa referência utilizada pela assistente pessoal de Lauro Trevisan é rica e muito valiosa para entendermos a importância que o público tem para a consolidação e sucesso de um empreendimento, sobretudo, para a Editora da Mente. Ainda sobre isso, a mesma comenta que

Um livro ou qualquer coisa tu vende pela emoção, não é, se tu vai lá e põe pela internet um livro, a pessoa olha, pode ser que ela compre ou que não compre, não tem emoção. Agora se tu tá assistindo uma palestra e tu gostou daquela palestra e daí o cara tem um livro pra vender daquilo, tu vai comprar, quase todo mundo compra. Aquilo já é, tu entende, só de tu tá botando o livro pela internet ou quando o livro vem de um filme, vem de um clássico, vem do Pequeno Príncipe, vem de uma coisa assim, é mais fácil de tu vender, vender pela emoção da coisa. Agora, quantos que lançam o livro e ficam ali? É mais um livro, não é? Tudo na vida se vende pela emoção. E a emoção só pela internet ela é uma coisa fria, ela não tem emoção a internet, ela tem que ter uma coisa a mais, aí sim, aí tem a facilidade. E como é isso: através de palestras, ou entrevistas ou reportagens em jornal ou em não sei o que. Por que que esses livros que são *Best Sellers* vende? Por que eles têm alguma coisa. Os cinquenta tons de cinza, daí leu e aquilo ficou e era propaganda por tudo, propaganda por tudo, daí todo mundo fica curioso e quer ler, mas tinha uma emoção de alguma coisa, não vem do nada, pode ser o melhor livro e não vende. Como esse livro é bom e não vende né, tá aqui, tu vai gostar, mas ninguém colocou nenhuma emoção em cima daquilo. Então a coisa tem que ter uma emoção. E a Editora e os livros do Pe. Lauro vendiam muito por causa disso, da emoção, ele amava as palestras dele, por que realmente são muito boas, aquilo, bah, as pessoas queriam mesmo entrar naquilo. Então elas compravam todos os livros, não era um, ela queria todos, as vezes 70 livros (FLEIG, 2015)

Identificar e acertar, o público é muito difícil, talvez hoje, a internet facilite esse processo, mas sem aproximação, sem carisma, sem amor e sem dedicação, não existe negócio que consiga se consolidar e construir resultados. Esse relato de Maria Odete Fleig consegue atribuir para a pesquisa evidências necessárias sobre o processo de formação e consolidação da editora, na atuação de Lauro Trevisan em suas jornadas, na forma como seus livros eram escritos e no direcionamento exato para seu público-alvo, responsável por consolidar esse sucesso através da aquisição dos livros e indicação para outras pessoas, difundindo suas experiências e gosto pela leitura de Trevisan.

4 O PAPEL DO EDITOR

Neste capítulo, para melhor compreender as atividades desempenhadas por um editor, retomaremos o processo histórico, relatando, principalmente através de Araújo (2008) como ocorreu o processo de formação, através dos séculos destes profissionais tão importantes para a realização e construção de livros.

Desta maneira, compreender o processo editorial requer conhecer a arte histórica pelo qual passou o desenvolvimento do livro, as características em cada período, principais transformações e acontecimentos que proporcionaram evoluções, novos saberes e novas tecnologias. Para melhor descrever o processo pelo qual o livro passou e entender a função de um editor, passaremos, em um primeiro momento pelos períodos conhecidos segundo Araújo (2008), como os livros dos bibliotecários, os livros dos monges, os livros dos impressores e por fim, os livros dos editores.

No período dos bibliotecários segundo Araújo (2008), o editor, naquele sentido, entendido como preparador de originais, caracterizava-se historicamente, no Ocidente, desde o século III a.C., sendo o responsável pela edição de um texto, que seria divulgado (transcrito) pelos seus copistas. Nesta época, os livros figuravam como *aides-mémoires* dos autores, tendo em vista que sua divulgação e transmissão eram basicamente realizadas de forma oral. No entanto, a função do livro em um sentido moderno, só teria lugar a partir do requerimento criado pelos sofistas, aonde multiplicaram-se as obras de prosa e da popularização da tragédia, estimulando a produção de textos. Neste período, não existe a ideia de livro, mas sim, a realização da transmissão oral e a cópia em pergaminho ou outros materiais da difusão de histórias e saberes importantes naqueles tempos.

Para Araújo (2008), os livros e o desenvolvimento do seu comércio, passaram a crescer mais a partir do século IV a.C., isócrates que viveu entre (436-338 a.C.) era quem figurava como o primeiro autor conhecido a produzir suas obras mais para ser lido do que recitado. Foi neste período e com o aumento do mercado leitor, que surgiram profissões associadas ao livro, bem como o copista (*bibliográphos*), o especialista em pintar letras capitais (*kalligráphos*) e o chamado livreiro (*bibliopóles*). Essas profissões, sem dúvida, podem ser identificadas até os dias atuais, de certa forma mais desenvolvidas, mas que preservam funções parecidas as da época.

Foi nesta mesma época, que começaram a surgir, segundo Araújo (2008), as primeiras bibliotecas, pois a ampla divulgação de textos propiciava tal oportunidade. Era evidente nos textos, uma editoração extremamente defeituosa, pois as escrituras não eram normalizadas e

seus copistas adotavam critérios arbitrários e defeituosos no sentido da pontuação, transcrição, divisão de palavras dentre outros. Desta maneira, um texto original nunca combinava com suas cópias pelo fato de ter sido multiplicado, copiado várias vezes, pois a falta de normas para guiar o trabalho dos copistas e uniformizar as tarefas desempenhadas nos textos não ocorria. Foi somente no período de 290 a.C., que Ptolomeu I Soter fundou uma biblioteca em Alexandria, que existiu por mais de 200 anos até sofrer o incêndio de 47 a.C. e desempenhou grande influência nos caminhos da editoração, pois desde o início da instituição, assumiu-se o encargo de recuperar e normalizar, em edições críticas, a maior parte dos textos. Embora a biblioteca tenha se perdido quase que por completa, os ideais pensados para preservar os textos de uma forma original ao primeiro texto, sobreviveu.

Esses primeiros editores, de fato, entregaram-se principalmente à tarefa de estabelecer textos definitivos, vale dizer, de fixar um texto único e completo a partir de inúmeras cópias que corriam, de vez que os originais escritos pelo punho do autor haviam-se perdido para sempre. Os alexandrinos, de qualquer modo, só davam por cumprida sua tarefa depois de a obra achar-se catalogada, revisada, comentada, provida de sumário, índice e glossário, tabelas explicativas etc. e, sobretudo, estabeleceram minuciosa normalização para suas edições, de modo a uniformizar o texto sob padrões bastante rígidos [...] a orientar o leitor sobre as condições materiais do original [...] e o primeiro emprego sistemático dos sinais de acentuação (ARAÚJO, 2008, p. 39 – 40).

Esta evolução na elaboração de normas para aperfeiçoar os critérios de produção de textos foi muito importante, pois foi uma das primeiras transformações ocorridas, no sentido de orientar de forma mais clara os leitores, mas sobretudo, de divulgar trabalhos de forma padronizada e coerente.

No período dos livros dos monges, Araújo (2008) comenta que existiu um surto de editoração muito mais cuidadosa, neste sentido, foram os bizantinos que tiveram papel importante na preservação e divulgação de antigos escritores e, além disso, a produção intelectual neste período foi revigorada. Muito foi construído neste momento, sobretudo, a formatação da bíblia. Foi neste período também, que surgiram elaborados pelos *naqdanim* (pontuadores), a aplicação de sinais diacríticos, vinculados às consoantes possibilitando introduzir vogais inexistentes.

Entretanto, apesar de toda essa volumosa atividade de editoração [...] aceita-se pacificamente que, no Ocidente, o maior impulso de estudos e de recuperação de textos se deveu, até o século XV, à iniciativa dos monges, que estenderam sua atividade por toda a Europa. Durante a Idade Média, de fato, sobretudo nos conventos e abadias, buscou-se com afinco não só a conservação dos textos clássicos através de cópias, como, ainda, pretendeu-se reagrupar em grandes enciclopédias e compêndios todo o conhecimento adquirido (ARAÚJO, 2008, p. 42 – 43).

Os monges detinham conhecimento e habilidades para tais serviços, contudo, o trabalho realizado por eles, permitia uma qualidade e uma padronização excepcional, tornando suas realizações muito importantes, sobretudo na criação de enciclopédias e compilações de obras.

Com o surgimento das instituições docentes, no final do século XII, ocorreu a necessidade de mudar os grandes formatos empregados naquela época para os livros, tornando-os menores e mais fáceis de manusear. Com o passar do tempo e o aumento na demanda, segundo Araújo (2008), a produção dos códices passou também a ser realizada por leigos que montavam pequenas oficinas de normalização, para que fossem considerados “bons e legíveis e verdadeiros” ao ver dos mestres e alunos das universidades. Outra função que surgiu neste momento foi a dos *stationarii* cuja função era de fornecer para estudantes, códices eruditos novos e usados, para aquela época, uma espécie de livrarias atuais.

No período dos livros dos impressores, novas tecnologias passaram a ser utilizadas, vindas da China, como o papel e a xilogravura. Conforme Araújo (2008), em 1276, havia uma fábrica na Itália, que produzia papel e distribuía a mercadoria para todo o resto da Europa. Apesar de ser uma saída para o alto custo do pergaminho, o papel apenas se tornou um concorrente por longo período, persistindo após o surgimento da imprensa. Quanto a xilogravura, que foi um processo de evolução técnico a partir do século XV, foi muito aproveitada, para a impressão de cartas e baralhos, era utilizada a técnica da xilotipia.

Daí para a introdução do procedimento tipográfico foi um passo, de vez que este uso também o recurso da impressão em relevo como na xilogravura. Mas enquanto na xilotipia os caracteres acham-se ‘presos’ ao bloco de madeira, na tipografia as letras são soltas, em consequência móveis, podendo ser trocadas ou reutilizadas a vontade. Havia a intenção deliberada, por parte dos tipógrafos, de concorrer com a sólida indústria de manuscritos, a essa altura já utilizando bastante o papel. Tal concorrência, do âmbito da apresentação gráfica do texto, foi no começo muito difícil; predominava então a escrita gótica, de traçado pesado, mas de fatura tão correta e regular que se igualava ao trabalho tipográfico (ARAÚJO, 2008, p. 45-46).

Foi justamente neste período que ocorreu a principal transformação no jeito de produzir os livros, tornando o processo mais ágil e produtivo, o que, de certa maneira, acabou por matar a produção realizada de forma manuscrita. Para Araújo (2008), a evolução, em um primeiro momento, se deu a partir da tentativa de evitar a quantidade grande de erros cometidos nas reproduções manuscritas, evitando variações nas cópias, tornando todos os produtos realmente iguais. Iniciada na década de 1450, o processo tipográfico, embora evitasse os erros de transcrição, podiam causar acidentes de impressão, tornando muitas vezes uma página, palavra, linha ou letra, diferente das demais em outros exemplares (ARAÚJO, 2008).

A transformação ocorreu rapidamente, a padronização da forma do livro se deu em no máximo trinta anos e, o produto daquele tempo, tem basicamente a mesma aparência dos livros atuais. Foi a partir de Johann Gutemberg, que ao superar a arte da xilotipia e inventar a tipografia, fez surgir a profissão do impressor. Mas é importante destacar que os pioneiros desta nova técnica, foram muito mais do que meros tipógrafos impressores, pois foram estes que buscaram elementos para tornar a leitura mais fácil, também considerados editores, pois eram responsáveis pela normalização do texto e por toda parte adjacente da obra que imprimiam (ARAÚJO, 2008). Ainda segundo o autor, os textos nem sempre eram tratados pelo impressor, podendo dizer que quando estes realizavam esse trabalho poderiam ser considerados como editores completos.

O papel do impressor surgiu graças a tipografia, além disso, houveram outras demandas que fizeram necessárias outras profissões, principalmente, como cita Araújo (2008, p. 47), “os eruditos renascentistas inauguraram, destarte, a atividade exclusiva de editor (nesse caso preparador de originais)”. Para esses editores, era importante a recuperação da ideia do autor, bem como, a normalização dessas obras, gerando a padronização editorial, sendo o editor, responsável por lidar com obras desconhecidas, necessitava ter domínio de múltiplas disciplinas, bem como história, botânica, geografia, astronomia dentre outras.

4.1 O editor Lauro Trevisan

A última fase do processo do livro é chamada os livros dos editores. É neste período, segundo Araújo (2008), que os tipógrafos percursores começaram a funcionar de modo comercial, as questões legais começaram a ser estudadas e difundidas no meio, questões como a concorrência, margem de lucro, a distribuição do livro, e tantos outros, como por exemplo, o custo da matéria prima utilizada na produção dos exemplares. Entrava nesse meio, a discussão salarial, indicando quanto um trabalhador da área deveria ganhar bem quanto o direito autoral, e tudo isso, permanecendo até a atualidade.

Outro fator muito importante e comentado por Araújo (2008) é a diversidade das áreas do conhecimento, que aumentavam com o passar do tempo, fazendo crescer o número de títulos, tornando importante a contratação de pessoas especialistas nas áreas aonde surgiam livros, para tornar estes, mais fidedignos e elaborados, “além de resolver soluções mais práticas e rápidas para o fluxo de originais, desde sua leitura em manuscrito até o processo de

composição tipográfica, diagramação, revisão etc, a fim de tornar o texto mais agradável” (ARAÚJO, 2008, p. 48). Foi no século XIX que a técnica da editoração sofreu grande avanço.

Já no século XVI, surgiram as primeiras casas publicadoras ou editoras, que eram dirigidas por pessoas sem qualquer vínculo com a arte da impressão, mas somente a partir da metade do século XVIII sua posição consolida-se e nos centros urbanos mais desenvolvidos, separam-se nitidamente as funções atribuídas do publicador das do impressor ou tipógrafo e das do livreiro, que se tornariam definitivas tendo em vista a imposição da profissionalização causada pela Revolução Industrial (ARAÚJO, 2008). Para o autor, foram essas transformações que causaram uma especialização na área, registrando notáveis progressos editoriais. Nos aspectos da impressão, a evolução tecnológica possibilitou o desenvolvimento de novas máquinas, mais sofisticadas e capazes de imprimir em grande quantidade páginas e mais páginas de produtos. Esse fator foi importante, pois permitiu também a melhoria da qualidade empregada na impressão, tornando o apelo visual muito mais interessante, mesclando tipografia, fotografia e outras oportunidades para calcar qualidade nos livros. Ainda neste período, os formatos podiam ser diferenciados, como a tendência configurada desde a década de 1850 e que viria a ser uma realidade na primeira metade do século XX, que era o livro de massa, conhecido como livro de bolso, primeiramente lançado na Inglaterra em 1935 pela Editora Penguin Books. Araújo (2008, p. 49), referencia ainda

Tudo isso veio tornar o mundo editorial muito diferente do que se vira no passado, mas um elemento permaneceu vital para que ele existisse: o texto, e com o texto o profissional que, na grande ou pequena empresa, trabalha com o acerto de informações desse texto, sua objetividade de comunicação, sua normalização literária e o programa gráfico com que se apresentará ao público [...] sua tarefa se subordina à velocidade imposta por altos investimentos e sobretudo à contingência de agir como especialista cuja área de atuação, no produto final (o livro), é reduzida, mas não acanhada, é limitada, mas não desprezível.

Com essa profissionalização e especialização do livro, fez-se necessária a atividade profissional, e em nível universitário, que tivesse conhecimentos em artes gráficas, tradução e domínio de linguagem, designando uma profissão de editor. A partir disso, entendeu-se que a editoração é uma tarefa complexa e que compõem conhecimentos específicos que vão além da atividade de um filólogo, se preocupando também com o suporte material que o texto será apresentado (ARAÚJO, 2008).

Essa profissionalização tornou o editor moderno presente em diversos canais de comunicação, no rádio, na televisão e na internet, demandando uma linguagem mais ágil e se preocupando com o texto para ser ouvido e visto, gerando a preocupação com a hipermídia, relacionando muitos meios para muitos sentidos do corpo. A palavra editor, passa deste modo

a compor diferentes sentidos semânticos, exemplificando o editor de som, o editor de vídeo, o programa de edição, *software*, não podendo confundir com o papel do profissional de editoração de livros, que tem como papel, segundo Araújo (2008, p. 54), “supervisionar a publicação de originais em todo seu fluxo pré-industrial (seleção, normalização) e industrial (projeto gráfico, composição, revisão, impressão e acabamento)”.

Nessa perspectiva do papel do editor, referenciada acima por Araújo, podemos conhecer e compreender de forma mais clara e objetiva a atuação de um editor no cenário atual, ou, ao menos, desde o final do século XIX e início do século XX. Essas características intrínsecas a profissão, podem, sem sombra de dúvida, ser percebidas no papel que Lauro Trevisan possui na Editora da Mente, no entanto, talvez o editor Lauro Trevisan vá além, mas por motivos peculiares: o mesmo é editor e escritor das obras editadas por ele mesmo. Esse caminho ou esse processo permite que Trevisan visualize de maneira diferente seu trabalho, pense diferente o seu trabalho e atue diretamente na construção e elaboração dos seus objetivos.

Neste sentido, o trabalho realizado por Lauro Trevisan dá-se de maneira intensa, tendo em vista que o mesmo pensa na criação da sua obra, sabe exatamente o que escrever e como escrever, participa ativamente das fases de escrita, tendo em vista que ele é o autor e também participa da normalização do texto e sua edição, pois o mesmo adquiriu grande experiência enquanto editor da Revista Rainha, sabendo utilizar do seu conhecimento para produzir seus livros, tendo outras habilidades inerentes a estas funções, principalmente referentes a promoção das suas obras e difusão de suas ideias neles contidos.

Podemos neste caso, definir de forma mais clara e objetiva a atuação de Trevisan enquanto escritor e editor de seus próprios livros e enquanto dono da casa publicadora de suas obras.

É evidente que, desta definição, resulta englobar a editoração um complexo de campos de trabalho distintos, que vão desde a direção editorial até as atividades de distribuição e vendas, além de relacionar-se, a ponto de tê-los como pressupostos essenciais, com dois outros ramos da bibliologia, a saber, a bibliotecnia e a ecdótica. Assim compreendida, a editoração, pode-se afirmar, confunde-se com a própria *atividade editorial*, ou, para sermos mais precisos, com a atividade a que se dedica uma empresa editora, desde que, é óbvio, estruturada a sério [...] Em sentido restrito, editoração significa, ou o termo tem sido usado para significar, o conjunto de técnicas (de produção em si ou rigorosamente editoriais) usadas na produção de livros. Entre as técnicas de produção, citem-se a tipologia, a revisão, a paginação, a diagramação etc., enquanto as técnicas editoriais podem ser exemplificadas, entre outras, pela técnica da linguagem de ficção, a da linguagem técnico-científica, a promoção e a distribuição (ARAÚJO, 2003, p. 50 apud REVISTA DE CULTURA VOZES, 1971, p.46).

Esses conceitos apresentados revelam o papel do editor produtor, que deve preocupar-se com diversas áreas para efetivar seu trabalho, tanto em questões referentes à produção do material, fazendo a revisão de um produto, a paginação e até mesmo a diagramação, por outro lado, enquanto conhecedor das técnicas editoriais, deve conhecer as técnicas das linguagens ficcional e científica, além de saber usar da promoção para divulgar seus livros e conseguir canais de distribuição para levar seus livros até os leitores.

Relacionando a atuação de Trevisan com estas duas áreas específicas do conhecimento, podemos perceber sua atuação em ambas, pois o mesmo tinha domínio sobre a construção de seus livros e conseguiu criar um mercado para os mesmos promovendo, através da Jornada da Mente, palestras que realizava em diversos lugares do Brasil e do mundo, seu trabalho. Lauro Trevisan e sua equipe pessoal entenderam que a partir desse processo, de promoção da figura Lauro Trevisan, ao expor os poderes da mente, conseguia angariar público e adeptos, sendo a palavra dele, referência e seus livros, mecanismos capazes de aprofundar a sabedoria, ou seja, a relação de entregar seu produto diretamente na fonte, onde estava a maior parte de seu público, promoveu seu nome, seus livros e sua editora, tornando mais fácil captar recursos para o crescimento profissional e de distribuição de suas obras. Neste sentido, conforme Fleig (2015), as distribuidoras e livrarias, percebendo a ascensão e números expressivos de vendas dos livros editados pela Editora da Mente passaram a procurar a casa publicadora para distribuir e revender os livros de autoajuda.

Podemos perceber que o modelo de negócio criado por Trevisan, conseguiu atingir o sucesso aproximando o escritor do público, através das palestras, o mesmo conseguia oferecer a palavra e o produto, sendo ele mesmo promotor de suas vendas e principais ações de marketing.

Para que seus produtos difundidos em uma cultura de massa realmente dessem certos, apenas o suporte de Trevisan não bastaria, pois no ramo da editoração, muitos recursos são necessários e fundamentais para a produção e realização de materiais. Estes materiais, no início eram os livros, que deram suporte para uma caminhada mais ampla no meio editorial. A terceirização da produção se torna necessária tendo em vista o crescimento e abrangência que seu nome ganha no mercado de autoajuda. Esta fórmula empresarial auxilia não só o editor, mas também a casa publicadora que pode se dedicar mais nas questões que envolvem a normalização e editoração de impressos, enquanto que a parte voltada para a produção digital e de conteúdo é realizada fora.

CD's e DVD's, são terceirizados como os livros, agente manda fazer fora, agente comercializa e o Pe. Lauro que faz o texto, agente contrata, terceiriza pra gravar, pra

editar, mas ele que pensa na capa, ele que pensa como é que vai ser o CD, ele que pensa, ele que revisa (FLEIG, 20015).

As atribuições de Lauro Trevisan são marcadas exatamente naquilo que ele aprendeu e exerceu durante sua vida como editor na Revista Rainha, mas que, a partir da Editora, chegaram mais longe com o uso de sua imagem para representar e ser o fenômeno que ele criou.

Neste aspecto, o próprio escritor e editor Lauro Trevisan se tornou um produto de sua obra, muito mais arraigado no sentido midiático e promotor das suas produções. Palestras, jornadas, entrevistas, participações em programas de TV pelo Brasil, deram também suporte à figura de Trevisan, que soube aproveitar as oportunidades para crescer e aproximar o eixo editorial, criado por ele mesmo e para ele mesmo em Santa Maria e outras partes do País.

Podemos perceber esse entrosamento de Trevisan com a mídia hegemônica a partir dos seus relatos enquanto participante de programas de televisão pelo Brasil.

Augusto Cury aí, tá na ponta praticamente, ele sempre aparece na televisão e quem aparece na televisão tem uma visibilidade muito grande, eu já dei entrevista pro Jô Soares duas vezes, pra Hebe Camargo, uma vez, até para o Fantástico, uma vez pro Globo Repórter acho que foi também né, outras vezes, mas tinha mais outro aí de renome também que eu dei entrevista, isso aí dava um *boom* nas vendas, né, aparece muito bem (TREVISAN, 2015).

Fazendo uma observação mais crítica sobre Trevisan, podemos perceber que neste sentido, o mesmo se coloca enquanto entrevistado como autor conhecido e reconhecido no País, comparando sua participação em programas de televisão a de outros autores conhecidos no cenário nacional, como, por exemplo, Augusto Cury. Desta maneira, Trevisan se expõe muito mais como escritor do que como editor, mas em um sentido mais amplo e econômico, notamos que quando o mesmo comenta que aparecer na TV aumenta e alavanca as vendas, sua posição também revela um editor empresário que necessita vender livros para manter seu trabalho e perpetuar suas obras.

Essa caracterização do trabalho desenvolvido e desempenhada por Lauro Trevisan é única e muito interessante para este estudo. Sua relação, como mencionada anteriormente ultrapassa qualquer aspecto simples de um escritor/ editor e atingi uma abordagem quase inexistente na área da produção editorial em um contexto geral deste conhecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A aproximação com o objeto pesquisado foi muito importante para obter dados necessários à construção desta pesquisa. A partir de inúmeras ideias, importantes para a formatação deste trabalho, foi-se relacionando proposições e indagações sobre o objeto de pesquisa, fundamental para elaborar questões que aproximassem os objetivos da proposta desta monografia. Aos poucos, algumas destas ideias foram se diluindo, dando lugar a um pensamento mais sólido sobre o caminho a ser trilhado.

Compreender a formação da Editora da Mente e sua permanência no mercado editorial de livros de autoajuda, em um primeiro momento, parecia distante, tendo em vista, que para isso, seria necessário abordar questões de análise documental muito ampla, como proposto a partir de um objetivo específico. No entanto, esta questão não chegou a ser necessária de se realizar, pois outros fatores ajudaram a viabilizar a pesquisa de modo mais dinâmico.

A partir da estruturação de perguntas e a elaboração de uma entrevista semiestruturada com Lauro Trevisan e Maria Odete Fleig, foi possível colher uma grande quantidade de informações sobre a Editora da Mente, desde sua fundação até a atualidade. Estas informações foram suficientes, através da palavra e relato de quem sempre esteve à frente da empresa, para revelar as informações mais importantes da editora.

Uma das grandes questões abordadas e que era dúvida, era entender como um padre escritor e editor conseguiu chegar tão longe e ser reconhecido, lido e aceito escrevendo autoajuda utilizando o poder da mente como suporte para suas publicações, foi exatamente este o ponto central para desenvolver o trabalho. Agora sabemos que foi por causa da dedicação e de inúmeras viagens realizadas pelo país e pelo mundo, divulgando seus livros, divulgando seus pensamentos, criando relações com seus públicos e, principalmente, com quem poderia levar suas obras para outros lugares não visitados e conhecidos pela equipe, as livrarias e distribuidoras. Havia no início essa pergunta: como a Editora da Mente conseguiu contatar tantas livrarias e distribuidores pelo Brasil? Na verdade, as livrarias e distribuidoras ao perceberem sua capacidade de interação, conquista de públicos, facilidade em criar conteúdos e promover seus próprios livros, sabiam que não era uma aposta arriscada, mas sim, uma oportunidade de crescimento em conjunto com suas atividades no setor editorial!

A partir da entrevista, ficou claro para a pesquisa, como a empresa se constituiu e como ela permaneceu ativa e atuante no mercado de livros de autoajuda, estando a editora, localizada em um eixo tão distante dos grandes centros. Tendo conhecimento da vida profissional de Trevisan, a partir de um estudo realizado anteriormente, por sua atuação na

Revista Rainha, compreendemos que o mesmo possuía, por ter trabalhado durante anos como editor na Revista Rainha, inúmeras habilidades e conhecimento na área. O mesmo, também tinha paixão pela escrita, pois durante anos, foi redator da revista e outras publicações, conforme comentado por (TREVISAN, 2015). Seu relato mais importante e que talvez seja o eixo central desta pesquisa, foi a não aceitação do original, que viria a originar seu primeiro livro, *O poder infinito da sua mente*, de 1980 pela Editora Record, do Rio de Janeiro, que posteriormente com a sua Editora vendeu um milhão de cópias. A partir disto, Trevisan idealizou construir sua própria editora, conseguiu e transformou suas obras conhecidas em diversas partes do mundo. Outro fator importante e que representa boa parte desta pesquisa é a construção e manutenção da editora nestes 35 anos. A partir das jornadas do poder da mente, idealizadas por Trevisan, a editora conseguiu capturar e formar um público próprio de consumidores. O carisma de Trevisan foi fundamental para que a editora alcançasse sucesso, sendo reconhecida e solicitada, principalmente por distribuidoras e livrarias de todo o Brasil, além de traduções e compra de direitos autorais vendidas para diversos países das Américas e da Europa.

Desta forma, a aproximação com os principais envolvidos na criação, articulação, desenvolvimento e mantimento da editora, foi possível constatar como se deu o surgimento da casa publicadora, como a mesma conseguiu alcançar sucesso nas suas atividades, bem como manteve-se ativa e atuante durante estes 35 anos no mercado de livros, tendo sido uma experiência satisfatória e oportuna.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Emanuel. **A construção do livro**: princípios da técnica de editoração. Rio de Janeiro: Lexikon Editora Digital, 2008.

CAMARGO, Mario de. **Gráfica**: arte e indústria no Brasil, 180 anos de história. São Paulo: Bandeirantes/Edusc, 2003.

DALMOLIN, Aline. **A Rainha de Lauro Trevisan**: Modernização e Religiosidade. Dissertação de Mestrado. São Leopoldo: PPGCOM/Unisinos, 2007.

EARP, Fabio S ; KORNIS, George. **A economia da cadeia produtiva do livro**. Rio de Janeiro: BNDES, 2005.

FLEIG, Maria Odete. **A construção da Editora da Mente**. Entrevista concedida a Rogério de Oliveira Gomez em 22 de setembro de 2015, presencialmente. (transcrição em anexo).

FURTADO, José Afonso. **O Pixel e o Papel**. Ciberdifusão. 2006. Disponível em: <http://ancacid.yolasite.com/>. Acessado em 10 de outubro de 2015.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil**: sua história. [trad. De Maria da Penha Villalobos, Lólio Lourenço de Oliveira e Geraldo Gerson de Souza] 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**: A Bíblia do Marketing. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

RAMOS JR, José de Paula. Lição de Inglês sobre o livro brasileiro. **REVISTA USP**, São Paulo, n.81, p. 188-194, março/maio 2009.

REIMÃO, Sandra “Tendências do mercado de livros no Brasil – um panorama e os best-sellers de ficção nacional (2000-2009)”. **Revista MATRIZES**, São Paulo, Ano 5, nº 1, jul./dez. 2011.

RÜDIGER, Francisco. **Literatura de autoajuda e individualismo**. Porto Alegre: Gattopardo, 2010.

TORRESINI, Elizabeth W. R. Breve história da circulação de livros, das livrarias e editoras no Rio Grande do Sul (séculos XIX e XX). In: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia. **Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Unesp, 2010.

TREVISAN, Lauro. **A construção da Editora da Mente**. Entrevista concedida a Rogério de Oliveira Gomez em 22 de setembro de 2015, presencialmente. (transcrição em anexo).

APÊNDICE

Transcrição da entrevista com Lauro Trevisan e Maria Odete Fleig realizada por Rogério de Oliveira.

Entrevista realizada no dia 22 de setembro de 2015 em Santa Maria – RS, Brasil.

Rogério de Oliveira:

o senhor foi por muitos anos Editor da Revista Rainha, quando e porque o senhor começou a se interessar por escrever livros, antes ou depois de sair da revista?

Lauro Trevisan:

É, eu durante 15 anos, dirigi a Revista Rainha, transformei, passei ela de 11.200 exemplares mensais pra mais de 100.000, criei outras revistas e sempre eu era o redator, também. Daí sentia muito gosto pela escrita, vontade de escrever, vontade de aprender, lia bastante sobre esses assuntos, literatura e ao mesmo tempo, a partir de 1975, quando eu realizei o primeiro curso sobre Controle Mental no Rio de Janeiro, comecei a me interessar mais especificamente nas descobertas das potencialidades do ser humana. Quais são os poderes imanentes na criatura humana? Quem somos nós? O que podemos nesse mundo? Se temos possibilidade de realizar nossos sonhos ou não? E aí, fui me aprofundando no estudo do Poder da Mente e em 1980 eu escrevi o primeiro livro “O Poder Infinito da Sua Mente” mandei para uma editora do Rio de Janeiro, a Record, na Rua Argentina, eu me lembro bem desse, dessa, nome da rua e eles recusaram. Então eu decidi, se eles não querem, eu mesmo vou lançar o livro, lancei o livro e comecei a Editora da Mente, para lançar os meus livros e promover a venda dos meus livros. Então começa des desse primeiro exemplar, que hoje está com 1 milhão e cem mil, um milhão e duzentos mil exemplares vendidos no Brasil e editados em vários outros países, sempre *Best sellers...* e a, e a Editora então começou a trabalhar nesse sentido. Depois eu tive um interesse de também promover a, a leitura dos livros em Santa Maria e procuramos um, um espaço no Calçadão, compramos um, uma antiga casa de comércio, e aí reformamos tudo e aí se localiza a Livraria da Mente, que não só vende os meus livros, que foram sendo editados que hoje são 85, como vende livros de todos, as, correntes de pensamento, além dos “béseler”, os livros mais vendidos, mais procurados na, na atualidade.

Rogério de Oliveira:

Ahmm, a Editora então... ela surgiu em 1980 e cinco...

Lauro Trevisan:

É, 1980, foi já com o primeiro livro, não foi isso, Maria Odete? Com o Poder Infinito da Sua Mente que daí nós tínhamos que vender, então a gente foi criando a Editora da Mente com logotipo especial e fomos indo e vendendo os livros. No começo os livros eram promovidos mais pessoalmente, porque eu percorri todo o Brasil, realizando Jornadas sobre o poder da mente, então nessas jornadas iam todos os livros que eu editava, para...

Maria Odete Fleig:

Começou com um né, depois vieram outros.

Lauro Trevisan:

Sim, com um, depois os que iam sendo editados, eu, é, levávamos juntos, mandava pela transportadora e eram oferecidos pras pessoas e com isso as edições foram se sucedendo, então tem aí, os primeiros livros aí tão 70 edições, 80 edições, 40 edições e ao longo do tempo, à medida que eu me especializava mais, tinha mais conhecimentos, mais experiências, mais novidades, a medida em que... os, os, os laboratórios as Universidades, então iam comprovando e descobrindo mais sobre o poder da mente, então fui expandindo o pensamento e a Editora então foi se dedicando sempre... e ae vendia também direitos autorais para outros países, assim foi funcionando a Editora da Mente.

Rogério de Oliveira:

Como é que foi constituir a editora da mente, no Sul do Brasil, em Santa Maria, foi um processo muito difícil?

Lauro Trevisan:

Essa é a grande dificuldade, se a Editora fosse em São Paulo ou Rio de Janeiro, ela teria muito mais visibilidade, muito mais possibilidades, eu mesmo já poderia participar de muitos eventos de televisão e de rádio, a dificuldade é estarmos aqui no fim do Brasil, na parte mais meridional no nosso país mas mesmo assim, com as viagens, os livros eram divulgados, depois através das pessoas que compravam iam solicitante, as livrarias iam adquirindo e vendendo, as distribuidoras começaram a se interessar e a expandir a distribuição pelas livrarias do Brasil todo, e agora, a internet ajuda muito a promover os livros... sim, agora

Maria Odete Fleig:

Naquela época não existia internet, naquela época não tinha, e o sucesso da Editora se criou devido as nossas viagens pra todos os lugares que a gente ia, não é, como sempre tinha, duas mil, as vezes mil e quinhentas, duas mil, três mil pessoas que faziam a jornada, vamos dizer que metade dessas pessoas queriam comprar o livro e depois diziam que o livro era bom e queriam dar a outra, indicavam pra outra, pra outra e pra outra, e dae eles iam buscar nas

livrarias e daí as livrarias começaram a procurar a editora, que era aqui, se não teria muita dificuldade da editora ser no fim do Brasil... e vender.

Rogério de Oliveira:

Então esse grande sucesso, sim, começou principalmente por causa das jornadas e das palestras sobre o poder da mente...

Maria Odete Fleig:

Exatamente

Lauro Trevisan:

É.

Rogério de Oliveira:

Uhunm.

E o senhor sabe depois de quanto tempo depois do primeiro livro, e é um Best Seller até hoje, surgiram outros da importante grandeza, assim também?

Lauro Trevisan:

É, agora é só olhar nos catálogos aí no escritório com a.. quando foi o período de lançamento, deve tá tudo isso aí, eu vou te dar tudo o que eu poder, encontrar de, de, de documentação, que assim na hora eu não sei, parece-me que o segundo foi O poder Infinito da Sua Oração...

Maria Odete Fleig:

Isso no catálogo tem, o ano que saiu e qual é a ordem dele.

Rogério de Oliveira:

Eu vou fazer uma reestruturação da, da editora, uma reestruturação não, vai ser o contexto histórico a partir da década de 1980 até agora, o senhor poderia contar um pouco da década de 1980, depois um pouco da década de 1990 até atualmente? Mais ou menos como ela se transformou, vamos assim dizer, nesse período.

Lauro Trevisan:

Vê se tu te lembra de alguma coisa.

Maria Odete Fleig:

Não Pe. Lauro, mas eu disse pro senhor. Em 80 ela começou com um livro, bem pequenininha e conforme iam aumentando as pessoas da Jornadas, iam aumentando as edições de livros, então como aquilo ia aumentando, a gente viajava muito, era muita Jornada, muita gente... o tempo que ele tinha ele ia escrevendo, então já saiu aquele livro, e mais outro e mais outro e foi vendendo muito, nas Jornadas e nas livrarias, de 80 até 90, até quando a gente deixou de viajar, foi quando, 2000, antes de 2000?

Lauro Trevisan:

Em 2005 eu estive em, 2008, acho que em 2010 no Rio de Janeiro...

Maria Odete Fleig:

É, eu acho que até 2000 assim era bastante isso, aí depois tu já começou a mudar tudo, já tem internet, agente já manda mala direta, esse negócio de mala direta também já não funciona mais, modificou todo esse sistema de comunicação com as pessoas, não é, a gente tinha muito os endereços das pessoas e não o e-mail e assim foi se modificando. E quando as coisas foram se modificando e eu to falando mais agora, de 2000 pra cá, as coisas forma se modificando a internet começou a entrar e agente começou de deixar de viajar, bem na época que começou a ter esse *boom* da internet, então a gente deixou de viajar e....

Lauro Trevisan:

mas a história das viagens é assim, oh: primeiro eu percorria o Brasil, só. Então era, eu tava quase o tempo todo dentro do avião, ao fim do mundo a gente íamos lá, uma ou duas vezes por ano percorrendo as capitais, as principais respondendo os convites. Depois houve um interesse na Europa, então começamos a realizar jornadas também na Europa e já tinha que diminuir um pouco o espaço aqui no Brasil, depois o interesse aqui na América do Sul, e aí deu muitas, muitos fins de semana na, na, primeiro no Paraguay, depois na Argentina também, pelo Uruguay e algumas vezes na Alemanha, outras vezes nos Estados Unidos, então a medida que eu ia expandindo, essa Jornada, iam sendo lançados esses livros nesses países, e diminuindo as viagens no nosso país. E assim foi indo, a editora se ampliou cada vez mais, os livros foram sendo editados cada vez mais... aí já, as distribuidoras começaram a também, a fazer aquisições, já que diminuiu as viagens, as distribuidoras é que faziam esse trabalho de, de levar os livros até as livrarias.

Rogério de Oliveira:

Em qual seguimento que os livros se enquadram, são de autoajuda, religiosos?

Lauro Trevisan:

Eles colocam no autoajuda.

Rogério de Oliveira:

E a forma que a editora começou, o senhor sempre escreveu os seus próprios livros e a editora sempre publicou somente os seus livros e esse processo, o senhor sempre trabalhou como editor, como criador das obras como é que é o processo, na época e hoje mesmo, existe terceirização de profissionais aqui?

Lauro Trevisan:

É, primeiramente, a editora, só está ligada às minhas obras as outras produções de outros, são vendidas na Livraria da Mente, então nós também damos a possibilidade de expansão do

conhecimento da obra de outros autores, a venda de obra de outros autores. Bom, agora então, você esta me perguntando como é que funciona, como é que funcionava isso? Bom, eu escrevia o livro, corrigia, mandava pra tipografia, eles mandavam cópia do livro, eu revisava, eu fazia as capas, olhava as capas e tudo mais, depois melhorou muito quando entrou o sistema de computador, porque antes era com maquina de escrever então era muito demorado muito complicado né, pelos recursos mecânicos da época, já com, com, hum, é, o advento do, da computação, se tornou mais fácil por que eu mesmo fazia a escrita do livro, a montagem do livro a paginação do livro e depois a escolha da capa, como é que eu imaginava a capa eu dava pra um artista fazer e ainda hoje ele ainda faz uma duas três quatro até que de certo, do ponto de vista de visualização de impacto de cor de emocionalização... assim é feito, e as edições são feitas.. é, conforme na época em que viajava eram edições bastante grandes, cada vez né, cinco mil, dez mil exemplares né?!

Maria Odete Fleig:

Cada edição é dois mil, seis mil, dez mil, doze mil.

Lauro Trevisan:

Numa vez só,

Maria Odete:

É.

Lauro Trevisan:

Mas cada dois mil era um padrão de edição que eu tinha pra saber, hoje, hoje não, hoje já vai mais devagar, a procura dos livros, porque eu também, praticamente, em 1980, 88, 82 eu era um pioneiro, tanto que fui combatido de ponta a ponta por todas as vezes né, por todos os segmentos, tanto da religião quanto dos órgãos de imprensa, dos literatos, mas hoje já tem muitos escritores sobre esse segmento de renome o Roberto chiquiniach, o próprio Lair Ribeiro, dentro de uma outra faixa e muitos outros autores que estão aí aparecendo também.

Rogério de Oliveira:

Augusto Cury

Lauto Trevisan:

Augusto Cury aí tá na ponta praticamente, ele sempre aparece na televisão e quem aparece na televisão tem uma visibilidade muito grande, eu já dei entrevista pro Jô Soares duas vezes, pra Hebe Camargo, uma vez, até para o Fantástico, uma vez pro Globo Repórter acho que foi também né, outras vezes... mas tinha mais outro aí de renome também que eu dei entrevista, isso aí dava um *boom* nas vendas, né, aparece muito bem. Mas como agente, como eu não to em São Paulo, Rio, é mais difícil de se lembrarem, o Sem Censura do Rio eu acho que já fui

umas cinco, seis vezes quando ia dar curso no Rio, ah, o Pe. Lauro ta aqui, então trás ele pra cá, vamos debater esse assunto sobre o poder da mente, as rádios e as emissoras também.

Rogério de Oliveira:

A Gráfica Pallotti, ela também, era produtora dos livros, no caso a gráfica oficial produtora dos livros, no caso a gráfica oficial, ela teve algum envolvimento nos livros?

Lauro Trevisan:

não, a relação da Gráfica Pallotti é comercial. A Editora da Mente ia lá e pedia o orçamento...

Maria Odete Fleig:

O orçamento do serviço e é assim até hoje.

Lauro Trevisan:

do serviço pra nós né, e todo tempo eu tenho feito lá porque é a maior, mais fácil, mais perto.

Maria Odete Fleig:

Mais perto, já tem todos os livros, quando vai mudar eles já tem cópia, já tem tudo, é maior facilidade

Lauro Trevisan:

mais ligada também a gente, é...eu moto lá e daí eu também já posso, posso falar pra eles... terem melhores condições pra mim né, já são milhares de exemplares que eu imprimir aí né, é a mesma gráfica né, mas é uma relação da Editora da Mente com a Gráfica Pallotti.

Maria Odete Fleig:

É comercial.

Lauro Trevisan:

Que a Gráfica Pallotti ela produz livros pros outros, mas ela não é editora, ela produz milhões de livros por ano, pra outras editoras de Porto Alegre e de vários outros lugares aí, do país.

Rogério de Oliveira:

É, eu conheço lá.

O senhor saberia responder como é que a internet tem auxiliado a editora nessa questão da distribuição porque existem vendas de livros pela internet, o senhor notou algum aumento disso, das vendas dos livros?

Lauro Trevisan:

é a internet hoje pra nós é um grande impulso, porque a divulgação... eu por exemplo, todo dia tenho uma mensagem que eu lanço lá no Facebook, aí tem cinco mil, dez mil pessoas que leem diariamente Lauro Trevisan, então a editora já lança livros aí e mostra livros, faz promoções, e também a própria editora tem o seu canal, então é esse veículo de amostragem de promoção e vendagem é de um valor extraordinário no mundo de hoje pra quem não é

grande, agora, tem ajudado muito. Agora, a venda, a venda do livro pra ser lido na própria internet, isso, eu acho que conosco não deslanchou e também não sei, eu vou perguntar pra Maria Odete se tem algum livro que é vendido assim como para leitura pela própria internet? Tem livros que são vendidos pela própria internet para leitura na internet?

Maria Odete Fleig:

Livros digitais que se chama, a gente tem livros digitais da internet.

Rogério de Oliveira:

Tem, ebooks?

Maria Odete fleig:

Temos, há pouco tempo que temos algum livro digital, mas não é assim o que mais vende, não é?! Vende algum muito pouco.

Lauro Tevisan:

Qual a porcentagem de venda em relação ao todo, cinco por cento?

Maria Odete:

Acho que nem isso, mas é uma coisa nova ainda, estamos colocando no catálogo da internet, faz pouco tempo.

Rogério de Oliveira:

Existem outros produtos além dos livros né, eles também são produzidos pela editora ou são terceirizados? Isso.

Maria Odete Fleig:

CD's e DVD's, são terceirizados como os livros, agente manda fazer fora, agente comercializa e o Pe. Lauro que faz o texto, agente contrata, terceiriza pra gravar, pra editar, mas ele que pensa na capa, ele que pensa como é que vai ser o CD, ele que pensa, ele que revisa, isso também é vendido na internet, mas isso não é vendido em distribuidoras e livrarias, mais é direto pras pessoas e também temos digital, até os CD's vendem mais digital do que os livros. Até por que pessoas mais de fora quando querem, fica mias fácil mandar digital.

Rogério de Oliveira:

Como é que o senhor observa o mercado, o senhor cria direto para um segmento, como é que é essa criação dele, para ele dar certo?

Lauro Trevisan:

eu tenho, eu vejo um tema, que as vezes eu tenho vários temas e vou escrevendo, mas ainda não tem aquele tchan na minha cabeça, daí um pouco eu digo, esse é, essa ideia, esse conteúdo, isso alí é sensacional e eu me entusiasmo, as vezes eu deixo os outros la mais aí eu

vo termino o livro e lanço, mas é por intuição, por gosto, imaginação. Hoje por exemplo, como eu já lancei oitenta e tantos livros, e esses livros de autoajuda, eles não entram num mérito da literatura, não sei por que, né? Eles têm uma “prevenção” quanto a isso né, então agora eu to também fazendo a literatura. Tem um romance agora que ta concorrendo na Europa, é um romance, de vários países aí, agora tô lançando a autobiografia, já lancei dois livros Eu e meu Cachorro, O Passarinho e o Padre são livros de contos. Aí eu entro no estilo literário, né, por que os outros livros é necessário o estilo jornalístico, você mostrar para as pessoas uma maneira simples, fácil, clara e direta, mas a literatura as vezes gosta de alguns, algumas nuances, alguns “floresqui” que impressionem e tudo mais. E também a criação né, a criatividade, um romance, esse que tá competindo, agora na metade do mês que vem, vem o resultado, se não editam por lá eu vou editar por aqui, isso é literatura e ao mesmo tempo é história é emoção, é tudo aquilo que possa fazer o sucesso na venda para o interesse que despertará no leitor.

Maria Odete Fleig:

É que uma editora, geralmente ela vai escolher livros para editar seguindo um público, não é? Ou pra jovem ou pra alguma coisa. A nossa não, a nossa já é toda diferente, é tudo o que o Pe. Lauro escreve, e ele não escreve, ele não olha e diz eu não vou escrever isso porque meu público é isso, nós é que temos que procurar o público. Aquele livro que o senhor escreve pro Papa, aquilo não tem nada a ver com autoajuda, aquilo é outra coisa, nós é que vamos ter que procurar através da internet e da divulgação os leitores pra esse livro.

Lauro Trevisan:

Esse ultimo que ela citou, o Ultimo Papa, eu fiz uma ficção, eu to vendo que a Igreja tá muito defasada, parada no tempo. Então eu fiz uma ficção, é uma eleição de um Papa, que eu criei, e esse Papa quer reformular todas as formas de crença e essas complicações que a Igreja tá tendo aí com o.. Bento XVI reclamou e se demitiu e esse aí tá tentando colocar. Tá tudo lá no meu livro, mas é discutido entre teólogos fictícios, cardeais e tudo mais. Aí eu fico colocando os problemas da Igreja. Esse livro ganhou prêmio único e absoluto em uma academia da Itália, que eles aceitavam livros de língua portuguesa, concorrendo lá na Itália e tantos outros, esse livro, ele é literatura também e ao mesmo tempo é um conteúdo explosivo, interessante, mandei até pro Papa esse livro para ajudar eles a estudar esses problemas. Não só o conservadorismo, não só o progressismo, quais são os argumentos de ambos os lados, como é que a Igreja tem de avançar, onde ela está atrasada, fica parada no tempo da idade Média, mas eu coloco nos personagens essa discussão. É o “Primo Prêmio Assoluto, Academia de Convívio”, lá da Itália.

Rogério de Oliveira:

E atualmente, a Editora tem quantos funcionários, trabalhando nela, pode ser direta ou indiretamente. Diretamente.

Maria Odete Fleig:

Diretamente registrados aqui são cinco.

Rogério de Oliveira:

As funções principais deles?

Maria Odete:

É, aqueles que faz os pacotes, que cuida do estoque, recebe o estoque e faz o despacho das coisas por transportadora ou correio e depois as outras que trabalham no computador e internet, e tiram nota fiscal, essa parte assim.

Lauro Trevisan:

Telefone.

Maria Odete Fleig:

Telefone. Depois a outra que faz, que ajuda o Pe. Lauro nas revisões dos livros, em todo esse trabalho que faz desfazer um livro é ela, então ajuda. Depois tem uma pra revisar que é formada em português, a outra que faz serviços gerais. Por que nós temos que terceirizar todas as outras coisas. Parte de quem faz nossos produtos é terceirizado, quem transporta é terceirizado, quem faz nossa contabilidade é terceirizado, quem faz folha de pagamento é terceirizado. Tudo é terceirizado. No começo quando a gente começou, a gente tinha uns 50 funcionários, porque tudo era feito aqui, a contabilidade era aqui, as notas fiscais, é, tudo, tudo, tudo. Aí tinha que ter uma chefe de Contabilidade, tinha que ter um que ajudava, era duas três, uma que fazia só cuidava dos funcionários que era a que coordenava os funcionários, então era um monte de gente. Mas depois, quando a gente deixou de viajar e deixou de fazer esse trabalho de divulgação mais direto com as pessoas, então a gente enxugou e deixou, mas porque o trabalho é interno. Mas assim de internet, mas assim por e-mails, mais por...o trabalho maior é mais direto com as distribuidoras, direto com as livrarias, não é então, aquilo lá a livraria faz um pedido, uma Saraiva da vida faz um pedido, hoje em dia já é assim, ela tem um escritório onde ela vai pedir para todas as lojas dela, já não é como antigamente que cada uma pedia o seu e despachava. Uma Nobel da vida, um escritório deles fica todos Nobel, uma Saraiva, o escritório central que faz pedidos para todas as Saraivas e também mudou o método como é feito, não é cada loja, tudo é mais..., tudo é através dos computadores tudo é feito com, tudo tudo é feito por internet, por coisa assim, até os pedidos e as entregas são marcados na hora de entrega pela internet, tudo é assim agora, tudo

modificado, não é como antigamente, a transportadora ia lá levava e podia entregar qualquer hora, não pode mais, tem que ter hora marcada para entregar no escritório, e tudo, modificou tudo.

Rogério de Oliveira:

A senhora está desde o princípio na editora, desde os anos 80 trabalhando aqui? E a sua função sempre foi a de promover a Editora, participar das Jornadas, essa parte mais executiva mesmo, contatos?

Maria Odete Fleig:

É, mais de tudo, o geral e coordenando geral, as jornadas que o Pe. Lauro fazia e a Editora, como é que estavam os funcionários, tudo assim. Já teve uma época que com todas as empresas, com a livraria a gente tinha mais de cem funcionários.

Lauro Trevisan:

Com o Park Oasis, com a Livraria da Mente, viagens, editora, era um monte de coisas.

Maria Odete Fleig:

E aí é claro, tinha um recurso humano que cuidava, mas eu ficava só nas reuniões com eles que cuidavam de tudo, por que não podia olhar tudo isso.

Rogério de Oliveira:

Por que a Editora nunca abriu para editar outros autores, existia algum outro motivo ou não existia uma...

Lauro Trevisan:

Até já foi pensado de vez em quando a gente pensa, mas teria que reestruturar, mas a gente sempre fica nessa dúvida, mas daí a dificuldade de encontrar mão de obra que se dedique...

Maria Odete Fleig:

Pra editora pegar de outros autores, já teria que ter uma pessoa para fazer análise, ver se tá dentro, já teria que ver quem corrigisse, o Pe. Lauro não ia conseguir fazer isso em todos os livros dos outros. Ele faz o livro dele por que ele lê aquilo e fica apaixonado por aquilo, ele lê e não se importa de ler dez vezes aquilo. Depois ele lê a outra, a Soraia ajuda, daí ele teria que ter uma funcionária só pra isso, uma funcionária só pra fazer capa, seria uma outra estrutura, não seria essa estrutura. E como no começo, muitos nos procuram, como no começo a gente não conseguia dar conta dos nossos livros de tanto que a gente vendia e que tinha sido sucesso por causa das viagens, então a gente nem conseguia dar conta dos nossos, como nos pediam muito e a gente não dava conta, agente não fazia isso. E agora, eu acho que isso já passou, não temos mais assim essa coisa de fazer uma editora grande, de contratar mais funcionários de, de...

Lauro Trevisan:

E também aqui no rio Grande do Sul não é lugar, teria que se locomover pra São Paulo.

Maria Odete Fleig:

Aqui não é um lugar que é bom, assim pra isso assim, tudo que é lugar que tu vai despachar, vai pra Nordeste custa uma fortuna, agente está muito no sul. Quando se está numa capital, é uma coisa muito melhor do que tu estar no interior, o interior não é o lugar para ter uma editora, não é, a gente teve sucesso, por que, por causa das viagens, nós tava sempre viajando, a gente tava cada dia num lugar, não é, então aquilo fazia o teu sucesso por que a gente tava fazendo. Quem é que lá da capital ia se lembrar lá do fulano do interior? É muito difícil.

Rogério de Oliveira:

E hoje faz mais ou menos cinco anos que foi criado o Curso de Produção Editorial da UFSM, né, que existe na USP, como Curso de Editoração, existe na Universidade federal do Rio de Janeiro. Esse mercado vai ser muito difícil em Santa Maria para os estudantes, eu vou ter que migrar para uma outra região, com a experiência que vocês tem?

Lauro Trevisan:

Eu acho que no caso da nossa editora, o futuro tá aí, agente não precisa se locomover pra o fim do mundo. O livro vai pelo meio da internet e vai pelo papel também pra onde precisa. Eu adoro é livro de papel. Aí da pra riscar, da pra levar aonde você quiser, pra acrescentar, colocar coisa, na internet eu não vejo isso, ele é mais apaixonante pelo papel. Mas a medida que o mercado ele entra forte, toca na família que pode comprar, tem aparelho e tudo, vai ser fácil vender de qualquer parte do mundo um livro para as pessoas, tanto que a Amazon vende um monte de livros meus...

Maria Odete Fleig:

É mas eu sei, mas eu acho que também é assim ó: um livro ou qualquer coisa tu vende pela emoção, não é, se tu vai lá e põe pela internet um livro, a pessoa olha, pode ser que ela compre ou que não compre, não tem emoção. Agora se tu tá assistindo uma palestra e tu gostou daquela palestra e daí o cara tem um livro pra vender daquilo, tu vai comprar, quase todo mundo compra. Aquilo já é, tu entende, só de tu tá botando o livro pela internet ou quando o livro vem de um filme, vem de um clássico, vem do Pequeno Príncipe, vem de uma coisa assim, é mais fácil de tu vender, vender pela emoção da coisa. Agora, quantos que lançam o livro e ficam ali? É mais um livro, não é? Tudo na vida se vende pela emoção. E a emoção só pela internet ela é uma coisa fria, ela não tem emoção a internet, ela tem que ter uma coisa a mais, aí sim, aí tem a facilidade. E como é isso: através de palestras, ou

entrevistas ou reportagens em jornal ou em não sei o que. Por que que esses livros que são *Best Sellers* vende? Por que eles têm alguma coisa. Os cinquenta tons de cinza, daí leu e aquilo ficou e era propaganda por tudo, propaganda por tudo, daí todo mundo fica curioso e quer ler, mas tinha uma emoção de alguma coisa, não vem do nada, pode ser o melhor livro e não vende. Como esse livro é bom e não vende né, tá aqui, tu vai gostar, mas ninguém colocou nenhuma emoção em cima daquilo. Então a coisa tem que ter uma emoção. E a Editora e os livros do Pe. Lauro vendiam muito por causa disso, da emoção, ele amava as palestras dele, por que realmente são muito boas, aquilo, bah, as pessoas queriam mesmo entrar naquilo. Então elas compravam todos os livros, não era um, ela queria todos, as vezes 70 livros...

Lauro Trevisan:

As vezes para familiares, para outros amigos.

Maria Odete Fleig:

Me da 20 desses que eu vou dar para todos os meus amigos! Era assim, as compras eram assim desse jeito. Hoje em dia, como ele não viaja mais é diferente. As pessoas que gostam, pessoas assim que gostam e que encontro, bah, mas o Pe. Lauro, minha mãe, bah, ela é fã dele tem todos os livros dele. As vezes aparece uma pessoa jovem como tu assim: a minha mãe me fez ler todos os livros do Pe. Lauro, agora eu vim aqui assistir pra ver como é que é. Quer dizer, ou a mãe fez ele ler ou, ou, ou...

Lauro Trevisan:

Essa geração que conhecia, já esta sendo substituída por uma nova, que como eu deixe de viajar, se lembram por causa dos pais, mas é assim. Hoje eu dei uma entrevista lá de meia hora, sete horas da manhã, com temporal lá na rádio Imembuí, e eu contei pra eles que na semana passada, o Pio, meu irmão que é um industrial, em Porto Alegre também, não é, ele tinha dois amigos dele, um de Porto Alegre e um de Florianópolis, ah, eu quero um livro do Lauro Trevisan, eu to interessado, ele me pediu os livros lá, até mandei com autografo, e agora no sábado ele jantou comigo e ele disse: ó aqueles dois livros lá, aquele de Florianópolis, falou comigo pelo telefone e ele: eu e minha mulher estamos lendo o livro, é sensacional, eu só lamento não ter lido esse livro há 21 anos atrás. Então é assim, quando a pessoa pega o livro ele empolga, ele convence e ele levanta o astral e mostra que você pode seguir em frente.

Maria Odete Fleig:

Não tem ninguém que lê e diz que não é bom. Agora fazer a pessoa ler e convencer que ele é bom, ele tem que ler, não é? Por que se tu vai numa palestra e tudo e tu ve, uhhh, mas é bom,

compra esse livro que é bom. E uma outra coisa, hoje em dia modificou muito. Antigamente não existia tanta produção literária. As livrarias, por exemplo, tu queria colocar numa livraria, tu dizia, olha, ele tá fazendo palestra e tudo, as pessoas colocavam-nas livrarias, hoje em dia não. As livrarias trabalham muito diferente de antigamente, tudo é em consignação, ninguém compra nada e são só livros que tem nome. Tu não consegue colocar um livro lá da editora tal na coisa. Agora, por exemplo, se não tão viajando e dando palestras, se não estamos na mídia e se não estamos na livraria, só internet, falta uma edição pra vender. Por exemplo, agora, a gente conseguiu uma pessoa que colocasse nossos livros em todos os aeroportos de São Paulo, todas as lojas dos aeroportos de São Paulo, livraria, tá vendendo super bem, por quê? Por que são pessoas que no aeroporto não tem nada para fazer, vão na livraria chegam lá, ah, mas o livro do Lauro Trevisan, já ouvir falar, compra. Então, se a gente conseguisse colocar assim nas livrarias que as pessoas chegassem, mas a gente também tem essa dificuldade: só livros de nome, de quem está na mídia e só quem tá lá na Veja nos mais vendidos, nem de graça você consegue, mudou muito.

Rogério de Oliveira:

A senhora já falou sobre o sucesso e o senhor, o que teria para falar sobre o sucesso da Editora da Mente? Como o senhor viu ele crescer durante esses trinta anos e ele se manter no mercado, se manter atual, se manter produtivo?

Lauro Trevisan:

É, o Lauro Trevisan tem vários *best sellers*, por exemplo, O poder infinito da sua mente, O poder da oração, Você tem poder de alcançar riquezas, A chave do maior segredo do mundo, Pode quem pensa que pode, Sem pensamento positivo não há solução, Você consegue é um livro muito bom, no ano passado, Tudo tem solução, esse ano, o tema que vai ser da jornada, Quinze poderes que mudam a sua vida, já tá na segunda edição em dois mês ou três. Então, o principal é fazer as pessoas enxergarem, ou faz que nem esses grandes lançadores que já são *best sellers* ou nos EUA ou na Europa e já largam uma grande propaganda em cima, depois se o livro é bom eles continuam, se não já morre aí mesmo, nos primeiros 30 mil, 40 mil, hoje eu duvido que Cinquenta tons de cinza venda 5% do que vendeu no boom, então quando ele é bom ele é bom sempre. Os livros do poder da mente eles são sempre vendidos. Joseth Morfy ele morreu lá em 1936 ou e continuam vendendo. O poder do pensamento positivo, O poder do subconsciente

por que são mensagens, que ainda estão a caminho de serem descobertas pela humanidade. O poder da mente são o top da ciência, da psicologia, da antropologia, do conhecimento do ser humano, é aonde você está na escala mais alta que você possa chegar da compreensão da

dimensão do ser humano. Ele sempre vai estar interessado, ele nunca perde a atualidade, e com isso, quando ele acha uma chance de aparecer, ele vende, ou numa feira ou numa publicação da Veja, entre os mais, daí ele deu uma entrevista nesses programas para o Brasil inteiro.

O sucesso, nessa faixa, para quem sabe o que está escrevendo e não botar uns oba oba aí né, você tem que argumentar e saber escrever né, e leitura tem que puxar a pessoa, né? E aí continua sempre.

Rogério de Oliveira:

Se um dia o senhor deixar de escrever, a editora vai continuar funcionando, vendendo.

Lauro Trevisan:

Vai vai, aqui ó, o projeto é pegar todo andar de baixo pra fazer um memorial Lauro Trevisan, toda a história do Lauro Trevisan, depois o Teatro Santa Maria vai estar funcionando para esta parte cultural e a Editora da Mente junto. Então vai ser um complexo dessa mensagem de Lauro Trevisan, permanente entre as pessoas. Pode se transformar até numa fundação quem sabe.

Lauro Trevisan:

Qualquer coisa que você precisar de dados concretos os, os livros e suas edições, por exemplo, eu agora nessa minha biografia, tenho um capítulo sobre as minhas obras, então eu explico e você pode utilizar, eu lanço em 2016.

Maria Odete Fleig:

É importante ter um grande relacionamento com as distribuidoras, de amizade pra distribuir esses livros, vá lá, com esses livros todos nas livrarias, se as pessoas comprarem e uma ir dizendo pra outra e isso virar sucesso, o autor tem sucesso.

Rogério de Oliveira:

Teve uma relação para o senhor nunca ter saído de Santa Maria?

Lauro Trevisan:

Pois é né tchê, isso aí seria uma bela pergunta, a gente é Gaúcho, enraizado, o que mais tempo eu fico, as vezes é na Europa alí né, um mês e meio, dois. Já lançaram uns 30 livros lá em Portugal, seis livros na Espanha. Aqui na Argentina, quando eu comecei a realizar as jornadas, uma senhora que me promoveu ali, criou uma Editora, Cristal, lançou seis ou sete livros, ganhou muito dinheiro, depois a gente vai parando, ou adocece e ficando com outras responsabilidades, mas teve muito. Agora essa da Espanha, a Obelisco da Espanha, o contrato é pra ela abastecer todos os países de língua espanhola, então aí eu não tenho aquele compromisso de procurar cada país, eles mesmos tem o compromisso de exportar, mas é

assim. Mesmo assim, a projeção do meu nome tá espalhado por toda parte, acontece, continua acontecendo sempre, mas tem que ter um que a fama é mais belas beiradas como diz o outro né? Mas tem que haver um que projete. Aqui se eu digo ali pra um que eu recebi uma medalha do mérito literário em São Paulo, eles nem publicam, em Santa Maria, mandei pra eles sobre esse último livro aí do Papa e eles não, não sei, não dão muito valor. Agora vem qualquer coisa lá do fim da picada né, ahhh, daí acontece né (risos), mas aí não importa, nós não tamo escrevendo pra isso, nós queremos legar uma mensagem que possa ajudar a humanidade e a tornar o mundo melhor.

Rogério de Oliveira:

O senhor se formou em psicologia e filosofia?

Lauro Trevisan:

É eu fiz, na, no seminário eu fiz 4 anos de filosofia, completo né, e psicologia e 4 anos de teologia. Bom, aí, com todos os estudos, tipo, noite e dia que a gente fazia no seminário, morava no seminário, não era reconhecido pelo ministério da cultura. Então uma vez apareceu um ministro, que eu acho, que se eu não me engano foi o Jair, que foi governador do Estado aqui, ele deu essa chance para gente legalizar o direito sob a filosofia e a psicologia e as ciências afins né, fazendo intensivos nas universidades federais, então eu aproveitei né, e fiz um intensivo na “Universidade Federal de Passo Fundo”, foi ali que eu ouvi falar sobre o poder da mente com outro colega, e depois eu completei na “Universidade Federal de Florianópolis”, tirei três cadeiras: filosofia, psicologia e história, depois eu fiz a pós graduação aqui em filosofia na Universidade Federal de Santa Maria.

Rogério de Oliveira:

Foi daí que começou a surgir o primeiro livro ou não? Dessas ideias, da dissertação ou não?

Lauro Trevisan:

Não, essa parte aí da especialização legal da filosofia eu tava dirigindo a Revista Rainha.

Rogério de Oliveira:

Ainda estava lá.

Lauro Trevisan:

É, depois eu acho, pós graduação eu acho que eu já tavano poder da mente, acho que já. depois eu fui fazer psicanálise, curso de psicanálise, jornalismo eu fiz, tenho diploma de jornalismo, fiz em São Paulo. Parapsicologia, depois os nove domínios da consciência, um curso norte-americano, esse curso aí do controle mental. Bom, então comecei a me especializar nesse campo, poder da mente, jornais, revistas, universidades, livros, aí eu ia colhendo. por que quando eu comecei eu queria saber quais eram os princípios que regem,

quais são os fundamentos da fenomenologia humana. Como é que pode acontecer um milagre? Como é que pode uma pessoa ter o poder de pensar alguma coisa e não ter o poder de realizar? Como é que então, um ser humano pela metade? Existe esse poder, existe o poder do espiritismo para aparecer isso, aparecer aquilo, reencarnação. Então toda essa fenomenologia, eu queria estudar os fundamentos, por que os livros, os meus também né, eles desenvolvem o tema largamente, primeiro pra pessoa gostar de ler, e pra aproveitar.

E aí um belo dia fui participar de um congresso de parapsicologia em São Paulo, e aí eles anunciaram que ia ter um curso dos nove domínios da consciência, numa fazenda de Birité, a 30 KM de Belo Horizonte, eu fui. Lá foi uma psicóloga também, dae tempos depois, houve um congresso internacional onde vieram pessoas dos EUA e todos os fundadores, José Silva, “Eliveston”, o “Eliveston” era especializado, tinha laboratório para analisar a reação dos animais ao pensamento, a mente humana, aos eventos, né, então ele trouxe lá, revelações extraordinárias, ele criou uma espécie de eletroencefalograma pra colocar nas plantas e saber a reação delas em relação ao resto do mundo. E ele contou que um dia uns estudantes foram visitar o laboratório dele, tinha uma aranha travessando, o estudante pegou e matou a aranha, e o eletro que tava na planta, reagiu imediatamente. Outra história era de uma coelha e o filhotinho que tava lá no navio, distante, e matou o filhotinho e imediatamente a mãe reagiu naquele instante, esse era especializado nesse campo.

Bom, aí houve esse congresso e essa psicóloga estava lá no congresso e eu também fui, aí conversamos e tal, me convidou para almoçar e me disse, olha: eu vi em vários livros do José Quimutio de Thompson Rudson, chamado As leis dos fenômenos Psíquicos, ele citando como argumento, para a tese dele como poder do subconsciente, daí eu resolvi procurar esse livro. Buscou a editora lá em São Paulo, mas era um livro antigo, de 1912, por aí, isso não existe mais, então ela foi lá na biblioteca de São Paulo e achou o livro, leu até a página 11 e xerocou o resto e levou para o Rio de Janeiro, onde ela mora. Daí ela disse eu vou lá pegar o livro inteiro, vou lá xerocar as onze páginas que eu li, aí o livro tinha desaparecido da biblioteca também. Aí ela me deu o exemplar faltando onze páginas, eu disse: eu vou ter que achar esse livro, ali estão os fundamentos um autor norte-americano queria ver se ali se esses fenômenos se enquadravam dentro das leis da ciência, do científico, ele fez um longo estudo e elaborou esse livro, que é o que fundamenta o poder da mente, o poder do espiritismo, todos esses fenômenos ele estudava e buscava uma análise científica ou não e lançou o livro. Então, na época eu percorria o Brasil todo, nessas capitais, então eu, ó, se alguém conhecer essas leis desses fenômenos psíquicos de Thompson Rudson eu tô interessado, mas tem que ter esse título do livro e esse nome do autor, e um belo dia uma advogada de São Paulo me telefonou e

disse: Pe. Lauro, eu tenho o seu livro. Mas como que você conseguiu? Eu vou te dar o livro por que é muito difícil pra mim, eu não me interessei e vou te mandar o livro. Ela numa consulta médica comentou e o médico disse que tinha o livro, o médico xerocou e deu para ela o livro, não era a psicóloga, era a advogada, então ali, é difícil mesmo, eu acho que foi mal traduzido, você tem que pensar, pensar, pensar e ver o que que tá traduzido, não pode ser tão obscuro assim. Isso aí tem que ir se aprofundando, estudando e acompanhado no mundo o que vai acontecendo, então o que as revistas estão hoje aí publicando com a realidade do poder da mente eu venho dizendo há 40 anos atrás, só que não era do conhecimento geral. O conhecimento geral achava que isso era charlatanice. Mas daí começam a fazer pesquisas, análises e estudos e tem até Phd de Harvard que comprovam teses do poder da mente.

ANEXO

Imagens do catálogo 2015 da Editora da Mente

Imagem 01



Fone: Catálogo Editora da Mente 2015

Imagem 02

Faça aqui o seu pedido! *Atenção: todos os campos são de preenchimento obrigatório

Nome completo: _____
Endereço: _____
Bairro: _____ Fone: _____ E-mail: _____
Cidade: _____ Estado: _____ CEP: _____
Data: _____ Ass.: _____ CPE: _____ *Obrigatório

REF.	DESCRIÇÃO	VALOR
<input type="checkbox"/>		

Formas de pagamento

Depósito Bancário: Para pedidos abaixo de 50,00, acrescente R\$ 15,00 para o porte do correio e deposite em nome da Editora da Mente no Banco do Brasil, agência 0126-0 e/ou corrente nº 31712-8. Ligue e avise do depósito, que seu pedido será despachado no dia e receberá em sua casa. Se preferir, ligue: 0xx55.3223.0202 e faça o seu pedido.

Boleto Bancário: Para pedidos acima de R\$100,00, o porte do correio é por nossa conta.
- Para pedidos acima de 50,00, acrescente R\$ 15,00 para o porte do correio.

DISTRIBUIDORAS E LIVRARIAS: Entrar em contato conosco. Temos condições e descontos especiais.

Recorte na linha e envie este pedido. Se você preferir, acesse o site www.editoradamente.com.br, as condições de vendas são diferentes do catálogo. Veja no site como comprar.

EDITORA DA mente
Editores e Distribuidora da Mente Ltda.
Rua Tuiuti, 1677 - Caixa Postal: 559 - CEP: 97015-663
Santa Maria - RS - Brasil
Fone: (0x55) 3223.0202 | Fax: (0x55) 3221.7184
E-mail: mente@editoradamente.com.br
Site: www.editoradamente.com.br
Email do autor: laurotr@uol.com.br
Site autor: www.laurotrevisan.com.br

Catálogo 2015

 [Lamberty.com.br](http://www.lamberty.com.br)

Fone: Catálogo Editora da Mente 2015

Imagem 03

Laura Trevisan
85 obras de sucesso

LAURO TREVISAN, conhecido internacionalmente, uma das maiores expressões mundiais do Poder da Mente, tem lançado, até meados de 2015, 85 livros e muitos CDs e DVDs. Profundo conhecedor da alma humana e dos anseios que angustiam a vida atual, oferece em seus livros e palestras mensagens de ânimo, fé, certezas e motivações, capazes de superar dificuldades, levantar o astral, produzir sucessos e curar enfermidades. Tem vendido, só no Brasil, 2 milhões e 600 mil exemplares. É formado em Filosofia com pós-graduação, Teologia, Psicologia, Psicanálise Humanista, Jornalismo, Controle Mental, Autoajuda, Poder da Mente, e cursos de Parapsicologia, Economia, Recursos Humanos, e outros. Leia Lauro Trevisan.



3 NOVIDADES 2015 ★ Lançamentos

QUINZE PODERES QUE MUDAM SUA VIDA (2015)
Esta obra, lançada em abril de 2015, percorre todas as fontes de poder existentes no ser humano. Nunca autor algum se aventurou a pesquisar e explicar todos os poderes que existem e podem ser usados para mudar a vida da pessoa. Leitura obrigatória, que trará entusiasmo e motivação para a realização dos sonhos individuais.
16x21cm | 224 págs.
ISBN: 97885-7151-079-1
Ref. 175 | R\$ 32,90

UM VIOLINO NA NOITE (2015)
É o terceiro romance de Lauro Trevisan. Emocionante, encantador, capaz de envolver o leitor e a leitora do começo ao fim. Fique atento ao lançamento e não perca esta história cativante, cujos episódios surpreendentes, diálogos existenciais e autorreflexões, descubrem os arcanos da alma. Aguarde.

LAURO TREVISAN - AUTOBIOGRAFIA NO TEMPO DAS AZALEIAS (2015)
Lauro busca os reconditos do seu passado percorrendo os caminhos da sua vida, com muitas reflexões existenciais interessantes, polêmicas a respeito das suas ideias, confrontos com antagonistas de sua mensagem e um repasse de tudo que acontecia desde a década de trinta até os dias de hoje. Uma obra que vai dar o que falar.
Lançamento: 14 de agosto de 2015.

Fone: Catálogo Editora da Mente 2015

Imagem 04

DVD

TUDO TEM SOLUÇÃO
Ref. 608
R\$ 25,90

MARATONA DA FELICIDADE
Ref. 601
R\$ 25,90

DÉ A VOLTA POR CIMA E SEJA FELIZ!
Ref. 602
R\$ 25,90

FAÇA SUA VIDA DAR CERTO
Ref. 603
R\$ 25,90

A CHAVE DO MAIOR SEGREDO DO MUNDO
Ref. 604
R\$ 25,90

MISSA - 50 ANOS COM ELE
Ref. 605
R\$ 25,90

ENCENAÇÃO - 50 ANOS COM ELE
Ref. 606
R\$ 25,90

SAÚDE, DOENÇA, CURA Pelas Forças Interiores
Ref. 607
R\$ 25,90

Fone: Catálogo Editora da Mente 2015

Imagem 05



Fone: Catálogo Editora da Mente 2015

Imagem 06

Relação de Distribuidoras e Livrarias especiais

EDITORA DA MENTE
Cultura e Distribuição de Bem-estar

<p>LIVRARIAS</p> <p>Livraria da Mente (Santa Maria/RS) - (55)3222-4190 Rodoloto (Santa Maria/RS) - (55)3221-1406 Livraria Nobel (Santa Maria/RS) - (55)3026-4992 Empresa Jora, Água da Serra (Imara/RS) - (55)3227-1637 Superação (São Borja/RS) - (55)3430-0066 Mitra Diocesana (Carazinho/RS) - (54)3331-4779 Livraria São Bento (Cachoeira do Sul/RS) - (54)3261-3404 Livraria Niquetti (Farraposilhaes/RS) - (54)3261-3404 Terezinha Pinto de Leão (Viamão/RS) - (51)3485-2956 Livraria ZUM (Santa Cruz do Sul/RS) - (51)3711-7410 Ponto do Livro (Santana do Livramento/RS) - (55)3241-3966 Livraria Cameron (Porto Alegre/RS) - (51)3341-2160 / 3342-3636 Revistaria RCZ (Porto Alegre/RS) - (51)3340-5807 Tabacaria Pop (Porto Alegre/RS) - (51)3342-4601 Restaurante e Lanch. Casa Cheia (Venâncio Aires/RS) - (51)3741-1042 Livraria Saggitt (Marau/RS) - (54)3342-1328 Livraria Mundial (Porto Alegre/RS) - (51)3286-6302 Livraria Independência (Porto Alegre/RS) 51 2118-2600 Livraria Roma (Praia de Belas) Porto Alegre/RS) - (51)3233-3332 Catavento Banca de Revistas (Porto Alegre/RS) - (51)3268-1152 Livraria Divino Espírito Santo (Cruz Alta/RS) - (55)3322-6891 Sociedade Espírita Amor e Caridade (Alvorada/RS) - (51)3483-2431 Livraria Notre Dame (Nova Petrópolis/RS) - (54)3281-3176 Mundo dos Livros (Uruguaiana/RS) - (55)3412-3932 Floricultura Pensada das Flores (Tubarão/RS) - (48)3622-4479 Revistaria Rita Maria (Floresta/RS) - (48)3223-1260 Nelly Kirstein (Caritinha/PR) - (41)3024-8513 Livraria Católica (Fruita/MG) - (34)3421-2030 Livraria Espírita Chico Xavier (Uberlândia/MG) - (34) 3236-2091</p>	<p>Liberdade Livros (Juiz de Fora/MG) - (32)3215-7714 Editora Vozes (Goiânia/GO) - (62)3225-3077 Livros - Comércio e Representação (Brasília/DF) - (61)3224-9808 Energia da Terra (Rio de Janeiro/RJ) - (21)2618-0580 Figueiredo Verde (Rio de Janeiro/RJ) - (21)3208-8946 Asurita Norte (Rio de Janeiro/RJ) - (21)2178-4344 Lanuli Produtos Naturais (Rio de Janeiro/RJ) - (21)3083-1123 Petit Comércio (Rio de Janeiro/RJ) (21)2257-3185 OM Giraoul (Rio de Janeiro/RJ) - (21)3527-2575 Natu Carioca (Rio de Janeiro/RJ) - (21)3688-2203 Praça Verde Produtos Naturais (Rio de Janeiro/RJ) - (21)3238-4982 Taquara Verde (Rio de Janeiro/RJ) - (21)2424-0191 Espaço Verde De Icarai (Niterói/RJ) - (21)3711-1304 Via Verde Prod. Naturais (Petrópolis/RJ) - (24)3242-5575 Passaredo Verde (Rio de Janeiro/RJ) - (21)2436-0214 Planeta Ipanema produtos Naturais (Rio de Janeiro/RJ) - (21) 3813-0046 Livraria Careofany Comercial (São Paulo/SP) - (11)3931-2121 Martina Fontes (São Paulo/SP) - (11)2167-9900 Espaço Energia Vitalha (Cordoba/SP) - www.spaceenergiasvitalha.com.br Livraria Catedral (Limeira/SP) (19)3451-9107 Mossico Café com Letras (Lima/SP) - (11)9745-9393 Livrarias Fatima (São Paulo/SP) (11)5667-5347 Schamballa Liv. Esotérica (Terestina/PI) - (86) 3230-2068 Luz Pilar (São Lourenço da Mata/PE) (81)3525-4424 Editora Vozes (Salvador/BA) - (71)329-5466 Osmar Araújo & Cia LDA (Cascos/RN) - (84)3417-2016 Livrarias Saraiva - www.livrariasaraiva.com.br</p>	
<p>DISTRIBUIDORAS</p> <p>Livrarias Saraiva - www.livrariasaraiva.com.br Para Todos Distrib. - (11)2507-4749 KMA Distribuidora - (11)3208-0400 Distribuidora Loyola - (11)322-2020 Soltis Distribuidora - (11)2942-0337 Catavento Distribuidora - (11)3289-0811 LezLivros Distribuidora - (11)3828-2446 Haster Distribuidora - (11)2026-5216 Leitura Dinâmica - (11)22363536 Fiac (Barueri/SP) - (11)3202-2075</p>	<p>Pergamino Comercio - (19)3519-3610 JAJ Distribuidora - (21)2561-8661 Leitura Distribuidora - (31)3271-6877 Distribuidora Curitiba - (41)3330-5000 Bilhava E Bilhava - (48)3207-8191 ZUM Distribuidora - (51)3711-7410 AJR Distribuidora - (51)3224-1337 Multilivros Distribuidora - (51)3223-7563 Vitrola Comercial - (55)3744-6878 Berenstein Livraria - (81)3301-7800</p>	<p>VENDA NO EXTERIOR</p> <p>Ediciones Obelisco - Espanha www.edicionesobelisco.com Dinalivro - Portugal www.dinalivro.pt/</p> <p>REPRESENTANTES</p> <p>Nova Essência Comércio e Representação (São Paulo/SP) - (11)271-7784 Ido Rebelo (Porto Alegre/RS) - (51)32092486 Maria de Lourdes (Rio de Janeiro/RJ) - (21)25601586</p>

Fone: Catálogo Editora da Mente 2015