

## Para Editar um livro

O procedimento normal e usual para a edição de qualquer livro é o seguinte:

### Antes de tudo – Por que escrever um livro?

Tudo que será mencionado aqui servirá para qualquer tipo de livro, mas queremos, neste caso, falar diretamente com o pessoal de aventura, que o pratica como esporte, por satisfação pessoal ou para passar conhecimentos adquiridos durante as viagens.

O livro é a melhor maneira de comunicar a sua aventura, existem outras: Blogs, sites, internet, DVD, filmes e rádio. Mas é o mais durável, que leva o seu comprador a sensação de estar com algo físico em mão – possuir algo, bastando somente abri-lo e viajar em suas páginas, não precisando de nenhum equipamento auxiliar.

O público espera ter algo para ver, além das palestras e workshops que você poderá fazer e, principalmente, o patrocinador terá uma prova concreta de onde foi gasto o INVESTIMENTO dele. E muitos destes patrocinadores podem querer o livro para seu acervo ou para usa como brindes.

E futuros patrocinadores terão ainda um belo “cartão de visitas” seu, provando que você é uma pessoa séria e que trata as suas viagens com responsabilidade e profissionalismo.

Coloque o livro nos seus planos de viagem, no orçamento para a viagem, a apresentação para a conquista de patrocinadores, que é, podemos assim dizer, a primeira e talvez a mais difícil parte da aventura.

Pense em um livro de umas 250 páginas, com uma 60 fotos coloridas em um ou dois blocos, nos tamanhos usuais dos livros (14 x 21 cm ou 16 x 23 cm ou 21 x 28 cm), outros tamanhos podem encarecer o livro. Peça um orçamento prévio e estimativo para alguma EDITORA que trabalhe no segmento de aventura, mas avise que é um orçamento estimativo que poderá acontecer **SÓ** ao final da sua viagem.

Este orçamento deverá ser incluído nos custos necessários para pleitear às verbas de patrocínios. Pois **é muito mais difícil** conseguir patrocínio **extra** para fazer um livro. Pode perguntar a qualquer pessoa que já fez uma aventura.

A sensação de ter seu livro editado e vendendo – sim, esta parte é importante como veremos mais adiante, é indescritível. Que no futuro poderemos olhar e viajar novamente, contar como foi, mostrar como foi.

Feito isto, o planejamento.

A primeira parte da aventura está cumprida.

Boa viagem, que é a segunda parte (a melhor).

E esperamos você para a terceira parte da viagem – o livro.

## Primeira fase – Escrevendo um Livro

### *O público - alvo*

Ao se escrever um livro, devemos ter em mente o público a que ele se dirige: faixa etária, seu interesse pelo assunto abordado, tamanho do mercado deste público, etc. A forma de escrever (linguagem) para quem tem 15 anos é diferente de escrever para quem tem 23 anos, 35 anos ou mais.

Quando pensamos que no tamanho do público alvo para o livro (mercado), não devemos nos iludir que **todos irão comprá-lo**, isso não é a realidade, por mais que pensemos que nosso texto é indispensável para o público.

Digamos, por exemplo, que o público alvo, inicialmente, é de **10.000 pessoas** (só para usarmos números redondos), está provado por diversas pesquisas, que o público com potencial que PODERÁ comprar o livro é só **20%** deste público alvo (**2000 pessoas**), e as pessoas que realmente procuram comprá-lo é de **10% a 20%** deste público potencial, ou seja, mais ou **menos 200 a 400** pessoas.

Isto acontece por diversos fatores: interesse, poder aquisitivo, nível sócio-cultural, importância do autor (artista, autor de renome, pessoa famosa ou em evidência), divulgação e distribuição, mídia (jornais, televisão, revistas), tema do livro, se é didático ou não, cópias ilegais ou não, empréstimo entre leitores, etc.

Por mais que um autor diga que o seu interesse não é vender livro. Mas de que adianta escrever uma mensagem, um livro, por exemplo, se ninguém for lê-la. É frustrante para um autor, ver todos os dias pilhas de livros em sua casa ou receber relatórios das editoras que no período não houve vendas. Isto sem falar no dinheiro gasto, nos milhares de árvores cortadas para se fazer o papel, insetos que aparecem em meio a tanto papel, que envelhece (vai amarelando, criando fungo e bolor), etc, etc, etc.

### *Dicas de como começar a escrever*

Para começar, faça primeiro um roteiro do livro a ser escrito com tudo que você imaginou e siga-o (isto é muito importante), principalmente se for técnico ou de referência.

Os livros de aventura e relatos destas, também devem seguir um roteiro, principalmente para que você não se confunda e escreva várias vezes o mesmo tema ou assunto.

No caso de viagens de aventura, os roteiros são ainda mais importantes, pois a quantidade de informação a cada hora ou dia é muito grande e o autor deve ter sempre junto a si, um bloco ou caderno e caneta (o melhor é o, bom e velho, lápis, que não falha tem em qualquer lugar, e escreve até debaixo d'água) para anotar rapidamente os acontecimentos para mais tarde serem organizados, evitando assim esquecimentos.

Coloque os assuntos correlatos em um mesmo capítulo, para não confundir o leitor e tornar as idéias coerentes e “entendíveis” para todos.

Para o caso de romances, também é bom começar pelo roteiro, mas, principalmente, crie os personagens já fazendo um perfil psicológico de cada um deles: quem vai ser o bonzinho da estória, quem vai ser o mal, qual será o argumento da estória, a trama, quantos personagens inicialmente farão parte da trama e situe sua estória em locais, dos quais você possa ter muitas referências e informações. **Faça** muita PESQUISA para embasar tudo o que vai citar em sua história. Quando citar fatos históricos ou lugares

conhecidos, não se esqueça que muitos dos leitores podem conhecer tal fato ou lugar, e caso estejam errados, toda a sua obra será depreciada.

### ***Escrever é fácil?***

Escrever não é fácil para ninguém. Requer muita disciplina, podemos dizer que uma disciplina mais que a disciplina militar, muita força de vontade.

Costumo dizer que: Se o mundo for acabar, ele primeiro deve esperar você terminar de escrever, para depois acabar, isto quer dizer, você deve determinar um tempo do seu dia, ou da sua noite, para escrever, como uma tarefa a ser cumprida, sem interrupções. E não um passatempo para as horas de folga, que será feito quando se tem vontade ou inspiração, se você encarar o ato de escrever assim, será muito difícil que consiga concretizar o sonho de escrever o livro.

Quando você estiver escrevendo, esposa, filhos, cachorro, telefone e o que mais que possa tirar sua atenção e concentração, devem ser colocados de lado durante o tempo que você pré-determinou para escrever. Se houver interrupções, você perderá a concentração, ou o que é pior, o “fio da meada”. Sim, escrever é também um trabalho e dá muito trabalho.

É um pouco de folclore (e marketing pessoal), que o escritor precisa se isolar em uma ilha deserta, ou que quando ele senta-se para escrever, baixa um “espírito santo” e o livro “saí de uma vez só”. A inspiração está no dia a dia, nos fatos e atos que você vê ou participa, e como já foi falado escrever requer muita pesquisa.

Escreva e reescreva muitas vezes o texto, depois, escreva e reescreva de novo, até ele ficar “bom” e mesmo assim, pode ser que no dia seguinte jogue tudo fora, mas escrever é assim:

**10% de inspiração e 90% de transpiração, tudo levando a 100% de piração.**

Com a prática e o tempo você vai aprendendo a fazer um texto.

### **Segunda fase – Com o Texto Pronto**

#### ***Originais prontos - Texto***

Tendo os originais do texto prontos, sejam eles datilografados (alguns editores, **ainda** aceitam texto desta forma) ou digitados em computadores, mas **NUNCA** manuscrito.

**Atenção: o que você tem em mãos é o texto original e não o livro.**

Eles devem estar: revisado, se forem digitados que seja em um programa para computadores usual do tipo WORD, para facilitar o seu desenvolvimento, caso sejam aceitos por alguma editora. Quanto à revisão o mínimo que se espera é que o autor tenha passado pelo corretor do computador, que já eliminará os “atentados mais gritantes” ao português, mas uma revisão profissional é muito melhor.

Não espere que você seja levado a sério como escritor se seu texto está repleto de erros de português. Seu texto pode ser bom, o argumento perfeito, a trama bem armada,

mas se logo nas primeiras páginas os textos apresentam “atentados” ele corre um sério risco de ser devolvido sem maiores explicações.

### ***Originais prontos – o que fazer***

Faça cópias, mais ou menos umas dez cópias são o bastante, para enviá-las às editoras que já trabalhem com o tipo de texto, que tenham o mesmo tema ou tenha a mesma linha editorial do material que você produziu. Isto é fácil de conseguir, basta ir a uma boa livraria e procurar nas seções de livro sobre o mesmo tema (romance, suspense, conto, novela, aventura, etc.), aproveitar para anotar os endereços destas editoras.

Ainda existem, no Brasil, o Guia Editorial Brasileiro – mas hoje é difícil consegui-lo, e os sites na internet: da Câmara Brasileira do Livro ([www.cbl.org.br](http://www.cbl.org.br)) ou ainda no site do Sindicato Nacional de Editoras de Livros ([www.snel.org.br](http://www.snel.org.br)) com nomes, endereços, telefones de editoras e seus respectivos editores.

Se os originais estiverem dentro da linha editorial das Editoras, escolhidas por você e que já trabalham com o tema do seu texto, muito provavelmente ela o editará, se não estiver, ela, em geral, os devolverá com uma carta explicando o motivo.

Se você tem dúvidas que seu texto não é bom, apesar de que quem já o leu dizer ao contrário, busque uma opinião profissional, de pessoas que fazem leitura técnica, são editores, escritores, professores, jornalistas, enfim profissionais de letras que farão leitura e sugestões. Ou procure um Agente Literário, hoje mais fácil no Brasil, que inclusive, poderá ajudá-lo a procurar uma editora.

Lógico que estes profissionais cobram por seus serviços, mas a possibilidade de seu livro ser aceito por uma editora e conseqüentemente ser editado aumentam para uns 80% ou mais.

### ***O pior inimigo - a espera***

“Já faz duas semanas que mandei o texto, até agora não responderam...”

Controle sua ansiedade, esta fase é demorada, podendo demorar até seis meses, ou até mais. Pois seu texto, provavelmente, irá passar primeiro por um editor assistente que fará a primeira triagem, depois por o editor chefe e, depois ainda, por um conselho editorial, geralmente são outros editores, professores, revisores e leitores que trabalham para as editoras, que farão sugestões, críticas e darão um parecer sobre seus originais.

Lembre-se que eles não têm somente os seus originais para análise. Pense bem nisso, as editoras recebem em média, 20 originais por semana para serem analisados.

Aceite sempre as sugestões do editor, caso você não concorde com ele, argumente, discuta o seu ponto de vista, o porquê colocou isto ou aquilo. A intenção do editor é sempre melhorar o texto, pensando não só na estética, mas também no estilo, no público, e por que não? no aspecto comercial. Afinal é extremamente frustrante para um autor que seu livro não seja lido por ninguém ou só pôr uns poucos amigos e parentes. Como falamos antes.

Faça uma autocrítica do seu texto, se ele for ruim, melhore-o ou abandone-o. Apesar do editor não ser o dono da verdade, ele conhece muito bem o público, faz parte do seu ofício, e como disse um grande editor, certa vez, quando perguntado por que não lia todo o texto de um futuro livro:

“Não preciso chupar toda a laranja para saber se ela está estragada”.

Isto pode parecer pedante, mas se analisado friamente não o é. Na literatura moderna, que na sua grande maioria são livros para o entretenimento, os textos de livro têm

que ser ágeis, ter velocidade, a trama que envolva o leitor, fazendo-o sempre ler a página seguinte, ou com muito custo parar a leitura. Mesmo grandes escritores, com nomes reconhecidos pelo público, e que são grandes vendedores “best seller”, já deram suas “escorregadas” fazendo livros “menores”.

### **Terceira fase – Direitos Autorais**

#### ***O registro da Obra***

Se você acha que seu texto é inédito e tem medo que alguma editora o "roube", o que é muito difícil de acontecer (uma boa editora tem um nome a zelar, por isto também que não edita qualquer texto), registre-o na **Fundação Biblioteca Nacional** no Rio de Janeiro (geralmente existem escritórios nas principais cidades do Brasil) ou em um cartório. Procure na Internet, o site da Biblioteca Nacional, [www.bn.br](http://www.bn.br) . Vá, em serviços e procure por “Direito Autoral”.

Quando você for mandar o livro para qualquer editora ou profissional para a leitura, não é necessário mandar uma cópia da carta que recebeu com o número de registro, menciona vagamente que você já registrou o texto na carta de apresentação, que deverá sempre acompanhar o envio dos textos. Sim, os textos que chegam sem uma apresentação, que contenha as formas de contato com o autor, breves explicações sobre o tema do texto, corre o risco de irem para o lixo. No futuro, quando o livro estiver sendo editado, você deve fornecer o número e a data do registro para a editora.

#### ***O contrato***

Aprovado o texto, com ou sem sugestões, aí começa uma nova etapa, que é a fase legal, de assinatura de contrato e de discussão dos percentuais e das participações.

Atualmente, o mercado trabalha com algumas formas de contrato entre as partes para a produção do livro:

### **1º MODALIDADE – A editora investe**

Nesta modalidade a editora investe sozinha na produção e o autor recebe direito autoral.

Em geral, o percentual de direito autoral pago ao autor está na faixa de **5% a 10%** do preço de capa do livro, em média 8%, sendo que o preço de capa é o preço praticado para o consumidor.

Isto acontece quando a editora banca todos os custos de produção, isto é, a editora investe sozinha: dinheiro, trabalho, conhecimento de mercado, conhecimento de produção e estilo e intelecto, como uma analogia:

Quando uma pessoa vai a um Banco, que é quem tem o dinheiro, para fazer um empréstimo para um projeto, ele está investindo e acreditando no projeto dela, seja ele: uma casa, uma nova empresa ou maquinário. É ele quem apresenta as condições e dita as regras do empréstimo, prazos e as formas de como deverá ser ressarcido.

Ele **NÃO** está dando dinheiro, está financiando. O mesmo acontece com as editoras que acreditaram no potencial do seu texto.

O autor entra com a parte intelectual para a produção do texto do livro e todo o resto quem entra é a editora.

**O preço de capa do livro deve cobrir** todas as despesas e lucros: como direito autoral, a comissão de livraria, do distribuidor, produção, pré-impressão, fotolitos, composição, artes, criação, projeto gráfico, divulgação, publicidade e propaganda além dos lucros, impostos, taxas.

Como em qualquer relação comercial, **quem investe mais, ganha mais**. Neste sistema a editora **dita todas as normas**, estilos e quantidades para a produção de uma obra de seu interesse.

## **2º MODALIDADE – participações e porcentagens**

Um segundo modo é o de participações por porcentagem, por exemplo: a opção de 50% para cada uma das partes, Autor e Editora é a mais difundida. Neste caso, ambos investem na produção e recebem os lucros que serão divididos, 50% para cada um, já descontadas todas as taxas, impostos, custos e comissões.

Nestes dois casos, em geral, é a Editora que cuida da venda e distribuição dos livros, seja ela mesmo fazendo a distribuição ou contratando uma distribuidora para que possa atingir as pequenas livrarias, já que as grandes redes de livraria são mais fáceis da Editora negociar direto. Neste ponto a Editora leva vantagem sobre o autor, no que diz respeito ao poder de negociação por ela ter mais títulos para fazer um pacote maior para a livraria. O livreiro quando é abordado pelo próprio autor, este se sente inseguro quanto à continuidade do fornecimento do título, e este é um dos motivos que leva os livreiros a pedir comissões de 60% do preço de capa e prazo de pagamento de até 120 dias.

As participações e porcentagens são feitas conforme acordo entre as partes, variando em valores e investimento.

Uma outra forma é o autor entrar com 2/3 da produção e a editora com 1/3, mas ao contrario é muito usado também.

**Mas, atenção:** não pense em **dar a parte do autor** só quando o livro estiver pronto e sendo vendido, pois isto é uma incógnita, que nem você nem a editora, podem dizer o que acontecerá. Pois os gastos na produção devem ser quitados no máximo em 60 dias

Após o livro estar pronto. Mas a venda do mesmo pode ser bem demorada, muito mais que os 60 dias. Isto pode se tornar um grande problema de inadimplência de uma das partes, gerando conflitos e problemas judiciais, portanto: **CUIDADO**.

## **3º MODALIDADE – prestação de serviços editoriais**

Uma terceira alternativa é o autor contratar uma **EDITORA** e **não** uma **GRÁFICA** para produzir e editar o seu livro, pagando à editora por este serviço. Costuma-se dizer que a gráfica imprime o que lhe é entregue, mesmo que seja a melhor gráfica e tenham o maior cuidado e, a editora edita o livro, e **imprimir não é a mesma coisa que editá-lo**. Deve-se ter cuidado com as gráficas que também são editoras, na maioria das vezes elas só são gráficas – só imprimem – e, o título “Editora”, é usado para obtenção de papéis especiais pelas gráficas, mas não tem realmente nenhuma área especializada em edição, em preparar corretamente os arquivos, originais e fotolitos.

Neste caso, cada editora cobra um taxa ou comissão para prestar este serviço, sendo que o autor entrega os originais e recebe os livros prontos. A comercialização deles é por conta do autor ou de um distribuidor contratado por este. Muitas vezes a própria editora

que prestou o serviço de edição tem o departamento de distribuição. Que poderá, através de um outro contrato, prestar o serviço de distribuição para o autor, cobrando por isto.

#### **4º MODALIDADE – o Patrocínio**

Este modo de produzir um livro, também o mais difícil, é através de patrocínio, em que no final ganham todo: autor, editora e patrocinador.

Lembre-se que o patrocinador é **um investidor**, e que em troca deste investimento no seu projeto, receberá a divulgação de sua marca ou produto **em tudo** que diz respeito com o livro (banners, folhetos, chamadas na mídia, palestras do autor, etc.). O patrocinador **não dá dinheiro** gratuitamente, é uma troca.

Apesar de existirem várias Leis de Incentivo a Cultura no âmbito federal, estadual e municipal, e de serem relativamente fáceis de conseguir, o mais difícil é "vender a idéia" para o patrocinador, o que requer gentes especializadas, que também será remunerada através da venda do livro ou através da própria lei de incentivo. São os captadores de patrocínio.

Para conseguir, um ou vários patrocinadores para o livro, requer técnica, MARKETING PESSOAL, simpatia, determinação, seriedade e principalmente, PROFISSIONALISMO.

Hoje, está muito difícil “ganhar dinheiro” e as empresas valorizam muito onde irão investir seus recursos para marketing e incentivos e, profissionalismo é a palavra chave, já que nestas empresas o pessoal que cuida disto é altamente profissional.

Buscar patrocínio, via de regra, não é encontrado nas empresas do setor, por exemplo: Se meu tema é aventura ou uma viagem, vou procurar uma empresa da área. Sem do que pode existir uma empresa têxtil que tem verba para patrocínio, mas não é procurada.

#### **5ª MODALIDADE – o livro virtual**

Esta modalidade é relativamente nova. Usando qualquer uma das modalidades anteriores, mas a grande diferença é o livro não é impresso para ser comercializado, perdendo assim a característica de ser algo palpável, mas em compensação o custo de produção cai bastante, já que é eliminada a parte gráfica, se bem que podemos dizer que o leitor pode imprimir ele mesmo, caso seja de sua vontade.

Esta forma é usada quando a previsão de venda de um livro é baixa, o que depende de texto, crises econômicas, tamanho do público, etc. Muitos autores optaram por esta forma por não dispor de recursos para a impressão do livro.

No futuro, esta modalidade poderá ser a mais difundida com o leitor tendo o livro em seus *e-books*, celulares e computadores de bolso.

#### **6ª MODALIDADE – o áudio livro**

Na vida atribulada de hoje, falta de tempo, muitas horas perdidas no deslocamento no trânsito cada vez mais caótico, esta é uma modalidade que está ganhando corpo, apesar de ter ainda um custo de produção tão alto quanto à forma impressa, o livro pode ser ouvido dentro de carros, trens, restaurantes, ruas ou no trabalho, em aparelhos menores que uma caneta, é a evolução dos antigos *walkman*.

Consiste em um narrador, que pode ser o próprio autor ou um profissional da voz (ator, atriz, radialista jornalista, etc.), que faz a leitura do texto, interpretando o texto do livro, para que o ouvinte/leitor possa estar em qualquer lugar ou em qualquer hora ouvindo o livro.

O livro pode ser colocado em CD, MP3, MP4, DVD, celulares, “baixados” da internet, mediante pagamento ou não pelo *download*.

O custo pode chegar ao do livro impresso, mas em geral é bem mais baixo, pois se o autor fizer um bom trabalho de escrever o texto de forma clara para a leitura e ele mesmo a fizer. A produção é bem viável.

## **A CAPA.**

Um ponto importante é a escolha da capa do livro, muitos autores já chegam para o editor com a “capa pronta”, na maioria das vezes ela pode até ser bonita ou ser do agrado do autor, mas em geral ela não é a mais indicada.

A capa de um livro é uma peça de Marketing, um instrumento importantíssimo para a venda do mesmo, e deve ser analisada e discutida como tal, por pessoas desta área. Muitas vezes, no caso de *Best Seller* mundiais as capas não são as mesmas em todos os países, exatamente por serem peças de marketing, deve conter as particularidades para atingir cada público.

Uma boa capa deve conter todos os elementos que façam o leitor interessar-se pelo livro, mostrar o que há no interior do livro, falar com o público para o qual o livro é destinado, ser bonita, bem diagramada, ter um bom título, realçar o nome do autor e/ou do tema, etc. Como se pode perceber ela é 70% da possibilidade de venda de um livro. O autor deve ajudar a descobrir a melhor capa, mas **NUNCA** impor uma ideia.

O livreiro (comprador da livraria) não tem tempo para ler um determinado livro, pois deve receber uns 10 divulgadores de editoras e distribuidoras por dia, todos com pelo menos 5 livros, então temos 50 livros para serem lidos por dia de todos os gêneros.

O que eles fazem é: ler pequenas sinopses dos livros fornecidas pelas editoras, ouvir breves explicações dos divulgadores. Olham ainda as condições do livro, a capa, diagramação, qualidade de papel e de acabamento, nome do autor, impacto do título, etc. Quer dizer, o conteúdo, a história e a trama, para eles, livreiros sem tempo para ler, não têm tanta importância. Muitas vezes o livro pode até ser do tema que ele particularmente goste, mas eles estão trabalhando.

## **Quarta fase – Livro Pronto - E Agora?**

Estando o livro pronto, começa a fase de divulgação (muitas vezes ela começa antes de se ter o livro pronto), uma das mais difíceis e complicadas fases de todo o processo de confecção de um livro. Por envolver muitas variáveis, e algumas totalmente subjetivas e sem controle seja por parte do autor e da editora. Tais como: o gosto do livreiro, do público, se a capa chama a atenção incentivando o leitor a pegar o livro na prateleira, o nome do autor, se ele é ou não conhecido do público e/ou da mídia, ou ainda tenha a sorte de, por exemplo, cair na mão de uma pessoa famosa que goste do livro e o divulgue ou ainda, goste do tema abordado.

O autor pode ajudar na divulgação do seu livro, participando de palestras, entrevistas, seminários e programas de rádio e televisão. Tudo que for possível para divulgar o livro e a imagem do autor. É, parte do folclore literário o autor ermitão, escondido em uma ilha paradisíaca, onde ele se esconde para escrever seus livros e gastar todo o dinheiro ganho com a venda do mesmo. Temos bons exemplos, no Brasil, de autores nacionais de renome internacional que são, antes de tudo, excelentes homens de marketing, que “se vendem muito bem” sem ter que ficar participando de badalações.

À noite de autógrafos, que para muitos autores é o lançamento do livro, na verdade, é somente uma festa em que os convidados do autor irão para felicitá-lo pela obra, os jornalistas e o grande público dificilmente irão (a não ser que o autor seja uma pessoa famosa).

O lançamento mesmo é a colocação estratégica e sistemática do livro nas livrarias, com o envio para a imprensa geral e especializada do livro e de sinopses ou *press releases*. O livro não suporta grandes investimentos publicitários, como anúncios em televisão, rádio, jornais e revistas.

A divulgação de livros em programas de televisão e rádio, hoje, é um trabalho árduo de profissionais como os assessores de imprensa, editores, departamentos comerciais de editoras e divulgadores.

Estes profissionais usam muito prestígio pessoal, profissional, conhecimento e amizade com pessoas certas, que fazem as pautas dos programas. Investimento grande de editoras em transporte e envio por correio ou mensageiros.

Há programas, os mais famosos, que chegam a receber livros e pedidos de entrevistas com autores em uma média de 20 a 30 por semana, sendo impossível mostrar tudo durante o tempo do programa, mesmo que ele só faça isto. Perdendo assim todo o interesse do público, já que em geral estes programas são de variedades.

Dependendo da temática do livro, se o autor é famoso, da campanha de marketing e, principalmente do momento, e das oportunidades que este momento cria, as livrarias terão todo o interesse em divulgar e colocar o livro em lugar de destaque em suas vitrines, gôndolas centrais e de entrada. Mas se logo no começo de sua comercialização o livro não tiver uma saída razoável ela será retirado e devolvido para a editora.

### ***A venda do livro***

O livreiro, salvo raras exceções, pegam os livros em consignação, para acerto posterior dos exemplares vendidos, mais ou menos uns 60 dias após a venda. Alguns o fazem com a opção de compra, mas é só porque é muito mais barato, para ele comprar um determinado título, do que trazer ele de volta do outro lado do país.

Eles não dispõem de espaço físico suficiente, por maior que seja a loja, para colocar todos os livros que recebem na semana com a capa a mostra nem na loja.

Os livros de aventura têm ainda, as lojas que vendem material para aventuras e esportes, mas é um espaço apesar de dirigido, mas pequeno.

Muito da venda de um livro será conseguido pelo autor em palestras, pois ele indiretamente divulga o livro, que está a venda na saída da palestra e o livro chama outras palestras e, assim, se completa o ciclo.

Muitos viajantes de aventura ganham mais fazendo palestras e workshop, do que com a viagem ou a venda do livro. E não só palestras para outros viajantes, mas sobre o gerenciamento de problemas e situação difíceis.