Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2013

Silvana Santos Monteiro da Costa

Relatório de estágio na Edita-Me Editora, Lda.

Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2013

Silvana Santos Monteiro da Costa

Relatório de estágio na Edita-Me Editora, Lda.

Relatório de estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizado sob a orientação científica do Doutor João Manuel Nunes Torrão, Professor Catedrático do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

dedicatória

Ao meu pai, o meu anjo no céu,
À minha mãe, o meu anjo na terra.

o júri

presidente

Prof. Doutor António Manuel Lopes Andrade
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Licenciado Carlos Alberto Silva Lopes
Sócio-gerente da Edita-me Editora e reconhecido como especialista pela Universidade de Aveiro (arguente)

Prof. Doutor João Manuel Nunes Torrão
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro (orientador).

agradecimentos

Um profundo agradecimento à Edita-me, na figura do Dr. Carlos Lopes, por toda a generosidade com que sempre me acolheu e ensinou. A sua permanente disponibilidade e a sua orientação foram a força motriz da concretização deste estágio.

Agradeço, de igual forma, ao Prof. Doutor João Torrão, pelo apoio sempre presente e paciência na redação deste relatório.

Um eterno obrigada à família Díaz Ortíz, responsável pela conclusão desta viagem. Obrigada por perceberem que não teria a coragem suficiente para pedir a ajuda de que tanto precisava.

Ao Pedro Possacos e à Maria João Gouveia que, de forma tão generosa e altruísta, foram igualmente responsáveis pela conclusão desta etapa.

À Carolina Costa, que não hesitou em ajudar na concretização do projeto “Ler é Voar”.

Às sempre Book Geeks! Este percurso só fez sentido com vocês e por vocês.

Às maravilhosas Inês Gonçalves, Nia Costa e Raquel Azevedo, pelo tudo e pelo nada, obrigada. E, claro, às vossas respetivas famílias que me acolhem sempre com um carinho imenso e genuíno, ensinando-me todos os dias um pouco mais sobre o valor da palavra família.

palavras-chave estudos editoriais, Edita-Me Editora, comunicação, divulgação

resumo

No âmbito do estágio curricular do Mestrado em Estudos Editoriais foi realizada uma incursão no Departamento de Comunicação da Edita-Me Editora, entre setembro de 2012 e janeiro de 2013, com a intenção de ampliar a sua notoriedade junto do público em geral. É neste contexto que se fundamenta o presente relatório, dividido em duas partes essenciais. A primeira dedicada à apresentação da editora e a segunda à descrição das atividades realizadas, focando o processo de planeamento e a respetiva reflexão dos resultados obtidos.

keywords

publishing studies, Edita-Me Editora, comunication, divulgation

abstract

Within the curricular programme of the Master in Publishing Studies, was held an internship in the Communication Department of Edita-Me Editora, between September 2012 and January 2013, aiming to increase the publishing house recognition near the general public. It is this context that underlies this report, divided into two main parts. The first dedicated to the publishing house presentation and the second to the description of the work done, focusing on the planning process and the respective reflection of the results obtained.

Índice

Introdução.....19

Parte I

1. A Edita-Me Editora – Caracterização.....23
  1.1. A criação da Editora.....23
  1.2. Política editorial.....25
  1.3. O catálogo.....27
  1.4. A imagem.....28
  1.5. Perspetivando o futuro.....31

Parte II

2. Atividades desenvolvidas no âmbito do estágio.....33
  2.1. Organização de contactos.....35
    2.1.1. O comunicado de imprensa.....40
  2.2. Redes Sociais.....41
    2.2.1. Facebook.....43
    2.2.2. Blogue.....47
    2.2.3. Goodreads: criação do Clube de Leitores Edita-Me.....49
  2.3. Projeto “Ler é Voar”.....53
  2.4. Manter/estabelecer parcerias.....57
  2.5. Biografia de autores e Google Books.....58

Conclusão.....59

Bibliografia principal.....63

Anexos

Anexo A
Cronograma de trabalho.....67
Anexo B
Condições e Princípios Gerais de Edição, Ano 2013.....75
Anexo C
Categorização das secções literárias dos principais órgãos de comunicação social portugueses.....79
Anexo D
(Adaptação da) Lista de contactos organizados.....87
Anexo E
Lista de organizações selecionadas para envio de comunicação sobre a obra *Semeadores de Afetos*.....99
Anexo F
Comunicado de imprensa da obra *Por Ti Seguirei…*.....101
Anexo G
Comunicado de imprensa da obra *O Concerto de Colónia*.....103

Anexo H
Comunicado de imprensa da obra *Bolos Criativos Com …* 105
Anexo I
Cronograma de atividades para o Facebook 107
Anexo J
Informação em falta no *site* da Edita-Me 109
Anexo K
Criação do Clube de Leitores Edita-Me 111
Anexo L
Comunicação de apresentação do projeto “Ler é Voar”..... 113
Anexo M
Lista de centros selecionados para envio de proposta “Ler é Voar” 115
Anexo N
Proposta de parceria destinada à revista Visão Júnior 117
Anexo O
Proposta de parceria para concretização da “Hora do Conto” 119
Anexo P
Lista de bibliotecas selecionadas para envio de proposta “Hora do Conto” 121

Índice de Imagens

Imagem 1	Organograma da Edita-Me Editora	25
Imagem 2	Capa do livro *As Praças da Cidade do Porto*	28
Imagem 3	Capa do livro *Porto – Uma Imagem para o Mundo*	28
Imagem 4	Primeiro logótipo da Edita-Me Editora	29
Imagem 5	Novo logótipo da Edita-Me Editora	29
Imagem 6	Capa do livro *A Próxima Cor*	30
Imagem 7	Capa do livro *Obviamente…Gata!*	30
Imagem 8	Capa do livro *A Mensagem do Limbo*	31
Imagem 9	Capa do livro *Por Ti Seguirei...*	31
Imagem 10	Exemplo de *e-mail* enviado a requisitar esclarecimento sobre o processo de análise de livros	38
Imagem 11	Exemplo do *e-mail* enviado para a divulgação da obra *Semeadores de Afetos*	39
Imagem 12	Exemplo de publicação de divulgação de sessão de apresentação de um livro	44
Imagem 13	Exemplo de publicação de divulgação de um artigo da Revista Edita-Me como pretexto de divulgação ao Livro da Semana	45
Imagem 14	Exemplo de publicação de partilha de informação não-literária	45
Imagem 15	Publicação de divulgação do passatempo de natal	46
Imagem 16	Exemplo de *e-mail* enviado para proposta de parcerias a blogues literários	48
Imagem 17	Página principal da Edita-Me na rede social Goodreads	50
Imagem 18	Página de exemplo de organização dos livros no Goodreads	51
Imagem 19	Primeiro contacto com a moderadora do Clube de Leitura em Português	52
Imagem 20	Exemplo de *e-mail* enviado com proposta de parceria a centros de actividades pedagógicas	55

Introdução

Inserido no plano curricular do Mestrado em Estudos Editoriais, o estágio sempre foi uma ambição do meu percurso formativo visto visar uma metodologia de aprendizagem mais prática e mais próxima do mercado de trabalho. Independentemente do tipo de funções que acarretasse, estava ciente das exigências de uma oportunidade deste tipo e, especialmente, do comprometimento desejável esperado do estagiário, não só enquanto representante da Universidade de Aveiro, mas especialmente, como aluna que procura desenvolver competências para uma futura integração no contexto laboral. Consciente destas obrigações, assumi a função de estagiária no Departamento de Comunicação da Edita-Me Editora, Lda., entre setembro de 2012 e janeiro de 2013, experiência retratada nas páginas do presente relatório.

O estágio desenvolveu-se com a valiosa orientação do Dr. Carlos Lopes, diretor executivo da Editora, que desde muito cedo se mostrou disponível para a planificação de novas ideias e a sua posterior concretização em projetos reais que promovessem o nome da Edita-Me e dinamizassem a sua presença junto do público leitor. Esta recetividade ficou clara, ainda antes do início oficial do estágio, numa reunião que tive com o Dr. Carlos Lopes, onde se pretendia clarificar os objetivos específicos da minha ação e os moldes em que o meu trabalho seria desenvolvido. Para além destes dois aspetos, a conversa permitiu-me compreender melhor a filosofia da Editora e a sua metodologia de trabalho. Creio que este conhecimento é fundamental para a execução de qualquer tipo de função, ainda que temporária, cumprida em representação de uma entidade, neste caso de uma editora. Para a concretização de um objetivo, não basta saber utilizar as ferramentas técnicas disponíveis, é igualmente importante compreender a ideologia com que se deve promover o trabalho e a forma como é difundido no mercado – só assim se consegue criar uma imagem coerente representativa dos objetivos da editora. Esta realidade assume uma relevância ainda maior, dadas as especificidades que marcam e condicionam o contexto editorial.

Seguiram-se outras reuniões que me permitiram compreender os aspetos característicos da gestão da Edita-Me que a individualizam num mercado nacional saturado de editoras com estruturas reduzidas, o que dificulta a conquista de espaço de divulgação das obras e em que o investimento em publicidade (ainda) é pouco, dada a falta de capital destinado a ações dessa natureza. Todavia, este conhecimento de ideologia não se limitou às primeiras reuniões, já que, com cada conversa que partilhava com o Dr. Carlos Lopes sobre uma determinada ação, verificava um novo diferenciador da Editora que marcaria a forma de atuação e a visão global de objetivos que eu já

construíra. Para tal contribuíram as mudanças que a Edita-Me foi sofrendo durante o período de estágio (e descritas na primeira parte), com o intuito de acompanhar as necessidades do mercado e por uma natural vontade de atualização da imagem.

Sempre foi claro que as minhas ações seriam realizadas no âmbito do Departamento de Comunicação da Editora, área que até à data ainda não tinha sido suficientemente desenvolvida, o que encarei com entusiasmo, uma vez que o estudo das vertentes de comunicação e *marketing*, ao longo da frequência das disciplinas do Mestrado, tinham levantado curiosidades que eu esperava poder explorar num ambiente real, o que de facto aconteceu. Porém, as minhas curiosidades rapidamente se tornaram dificuldades a ultrapassar, pois verifiquei que o meu conhecimento sobre comunicação editorial era limitado e, até pouco, criativo. Realço o fator criatividade não como uma exigência que me tivesse sido feita, mas sim como um exercício de autoavaliação, isto é, procurando planear atividades que pudessem demarcar a ação da Editora das restantes concorrentes, senti que as minhas ideias eram marcadas por pouca originalidade, talvez pela falta de observação de bons exemplos ou pela insegurança natural de um trabalho que nunca tinha desenvolvido. Felizmente, tal não foi problema e recebi todo o apoio e incentivo para compreender o "mundo" editorial com mais detalhe. Beneficiei, igualmente, de tempo para planear e desenvolver o meu trabalho e de acesso ilimitado ao Dr. Carlos Lopes, o que foi fundamental para atenuar a insegurança inicial.

Refletindo as conversações iniciais, foi elaborado um cronograma de trabalho para o estágio (Anexo A) que pretendia guiar os meus objetivos mas, nunca, delimitar o escopo da minha ação; dessa forma, o documento ficou sempre "em aberto" para a eventual adaptação às necessidades que fossem surgindo. Assim, o Anexo A não é um reflexo perfeito do que foi feito, mas antes o ponto de partida. A par desta organização temporal foram determinados três objetivos gerais: (1) dinamizar o Departamento de Comunicação da Edita-Me Editora; (2) divulgar o nome e o trabalho da editora ao público em geral e; (3) apresentar a Edita-Me como uma instituição com relevância social/cultural. A somar a estes pontos orientadores foram definidos quatro objetivos específicos: (1) redefinir o papel das redes sociais na comunicação da Edita-Me e aumentar a interação com o público digital; (2) realizar uma categorização da imprensa para exponenciar os recursos utilizados; (3) manter/estabelecer parcerias e; (4) investigar novas oportunidades de comunicação para a editora.

O relatório pretende espelhar criticamente as atividades desenvolvidas para a concretização dos objetivos descritos. Assim, está organizado em duas partes essenciais, a primeira dedicada à descrição da Edita-Me, abordando aspetos como as motivações

para a sua criação, o seu enquadramento no mercado nacional, as características distintivas de outros concorrentes semelhantes, a sua organização estrutural, a sua política editorial, o catálogo já construído e a mudança de imagem de marca. A segunda parte descreve detalhadamente as atividades realizadas, mas, mais importante, contempla uma reflexão sobre o que foi bem ou mal feito e, sempre que possível, como deveria ter sido feito. Realço que, para esse efeito, recorro a referências bibliográficas, de caráter mais teórico, mas que se revelaram muito importantes para o período de reflexão que se seguiu ao estágio. Esse trabalho deveria ter sido iniciado ainda no tempo útil do estágio, mas, dadas as dificuldades de organização temporal (que terei oportunidade de explicar mais à frente), não foi possível. Todavia, reconheço que tal reflexão nunca estará realmente terminada, não só porque o mercado exige uma permanente atualização e adaptação de técnicas de trabalho, mas também porque se tem verificado uma crescente preocupação com a área de comunicação editorial e, consequentemente, uma maior discussão, por norma refletida em artigos de opinião e notícias, sendo que os mais oportunos e relevantes serão referenciados neste relatório.

Parte I

1. A Edita-Me Editora – Caracterização

1.1. A criação da Editora

A Edita-Me Editora, Lda. iniciou a sua atividade em janeiro de 2009, inspirada pela vontade de marcar uma diferença no tipo de edição que era feito até à data, em Portugal; fruto da própria experiência do Dr. Carlos Lopes, diretor e editor executivo, enquanto autor que reconheceu lacunas no funcionamento tradicional da cadeia de edição. Com a convicção de fazer mais e melhor em prol de novas obras e dos respetivos autores, começa o projeto Edita-Me.

> Nasceu com a convicção e a vontade de "fazer a diferença", com base na minha experiência enquanto autor que teve de desenvolver a sua própria divulgação para realizar o objectivo de qualquer autor: tornar conhecida a sua obra.
> Assim entrei num mundo que me era totalmente desconhecido. Num mundo que sempre tinha desprezado, sem oportunidades, sem investimento nele próprio. À medida que fui apresentando e divulgando aquilo que intitulei de "projecto Edita-me" fui sempre colhendo excelente aceitação. Sempre me foram dizendo que era um projecto muito interessante e à partida todos queriam e estariam dispostos para participar nele. (LOPES, 2011, p.2).

Convicto da qualidade do seu projeto, o Dr. Carlos Lopes cedo verificou que as coisas não seriam fáceis, "grande parte desse mundo funcionava contra si próprio, mantendo métodos e rotinas completamente ultrapassados mas sobretudo, primando pela inércia." (LOPES, 2011, p. 3). Contudo, não desistiu do seu plano e a Edita-me, hoje com quase cinco anos de funcionamento, já conta com mais de 130 obras no seu catálogo.

Com uma visão prática e objetiva, fundamental para o seu papel enquanto diretor, o Dr. Carlos Lopes não tem receio de pensar no livro enquanto um produto vendável, no entanto, não ignora o seu valor cultural inerente, quer como instrumento de conhecimento, quer como forma de expressão artística; zelando sempre pela qualidade das obras que a Editora promove.

Num mercado editorial repleto de oferta para (quase) todos os tipos de leitores, a Edita-Me assume-se como uma casa de novos autores sem, contudo, prestar serviços de autopublicação. O seu objetivo é divulgar novos talentos de forma cuidada, que por norma, não teriam espaço no catálogo das grandes editoras (ou quando o fazem, é

porque já existe uma validação social, através de um prémio, por exemplo). Esta ideologia de trabalho está patente na apresentação da Editora ao público:

> A Edita-Me é uma pequena editora, que trabalha autores "desconhecidos" com uma postura e forma de funcionamento de grande respeito para com os mesmos, bem como com as obras por eles produzidas.[1]

Este princípio basilar moldou as estratégias da própria Editora, que reconhece que o seu trabalho não se esgota na produção de um livro, mas, sim, que tem o dever de produzir uma obra com conteúdo relevante e que a fase de divulgação é fundamental, e nunca está verdadeiramente concluída. Deste modo, a Edita-Me cedo se destacou como mais do que uma editora, apresentando-se ao público como uma entidade capaz de produzir eventos culturais de qualidade, nomeadamente, nos momentos de sessões de apresentação das obras; geralmente com acompanhamentos musicais e *diseurs*.

Os lançamentos de livros são enfrentados com seriedade e reconhecimento da sua importância em todo o processo de edição, ignorando a visão de mera formalidade que tem de ser cumprida, como conclusão de todo o trabalho que aquele livro envolveu, ou até, como um prémio final do autor.

Esta atenção com o momento de comunicação da obra ao leitor fez crescer a Editora e novos projetos foram surgindo e motivando o seu contínuo crescimento. Naturalmente, a estrutura orgânica foi sendo desenvolvida e, atualmente, a Edita-Me apresenta uma estrutura funcional bem clara (Imagem 1) que engloba uma divisão dedicada à organização dos eventos dinamizados pela Editora. Este facto comprova a extrema importância que os eventos assumem no trabalho da Edita-Me, não servindo apenas para a apresentação de livros mas, igualmente, para a construção de uma entidade com relevância cultural, com um elemento distintivo de todos os concorrentes presentes no mercado. A confirmar esta valorização está o Documento de Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013, nomeadamente os pontos 6 e 13 relativos, respectivamente, ao "Lançamento da Obra" e a "Outros Eventos". Aí é confirmada a responsabilidade da Editora "por uma sessão de lançamento da obra e (caso se justifique) uma sessão de apresentação da mesma, noutro local" (Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013). Como "poderão ocorrer mais eventos para a promoção da obra para além dos inicialmente estabelecidos, quer por iniciativa da editora, quer por iniciativa do autor" (Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013) existe uma tabela de preços definida para os serviços de pianista, *diseur* e administração, para o

[1] Descrição disponível na página *web* da Editora, no *link* <http://www.edita-me.pt/about.php>.

caso do evento ocorrer por vontade do autor e, nesse caso, ser ele a suportar os custos inerentes.

Imagem 1 − Organograma da Edita-Me Editora

A aposta nesta estratégia de comunicação tão direta e próxima do leitor, revelou-se uma aposta ganha, e o *feedback* positivo incitou à realização de eventos cada vez melhores. O Dr. Carlos Lopes lembra que com o passar do tempo as pessoas começaram a dirigir-se aos eventos Edita-Me não só a pretexto das novas obras mas, também, pela curiosidade que essas ações foram motivando no público e, desse modo, deixam de ser apenas eventos de cariz literário e passam a ter, de igual forma, uma capacidade de entreter as pessoas. Esta forma, menos comum, de ver os momentos de lançamento das obras resulta num crescimento do número de pessoas que acompanham o trabalho da Editora de forma mais regular e que, consequentemente, estarão interessadas no lançamento de novas obras, alargando assim o público-alvo da Editora.

1.2. Política editorial

Tal como é possível observar no diagrama organizacional da Edita-Me, o Conselho Editorial assume um dos papéis mais importantes no funcionamento da Editora, já que se trata do agente responsável pela seleção de originais, ou seja, pela construção da qualidade global do catálogo.

> Na Edita-me há um princípio basilar que pauta todos os processos de edição: A obra pertence ao autor!
>
> Dentro deste princípio, todo o processo é acompanhado e validado pelo autor, sendo que pertence sempre a ele a palavra final, sobre todo e qualquer aspeto, respeitante à produção do livro. (Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013).

Ainda que com uma estrutura, aparentemente, pequena, a Edita-me recebe por semana dezenas de originais para avaliação, que recebem sempre uma resposta, valorizando as expectativas emocionais dos autores. Do total de obras recebidas para apreciação este ano, só 7% foram aprovadas pelo Conselho Editorial para edição, apontado para um decréscimo relativamente a 2012, em que a percentagem foi de 8,5. Esta redução deriva do aumento do número de obras que a Edita-Me recebeu para análise, o que implicou mais um aumento no nível de exigência e qualidade pretendidas.

O processo de apreciação começa no departamento editorial composto por quatro pessoas que avaliam a qualidade do original. Esta avaliação resulta em pareceres positivos ou negativos, e só é aprovada para edição a obra que reunir unanimidade. O Dr. Carlos Lopes, neste aspeto, é claro; é essencial seguir um regime de avaliação que entrave favoritismos, desta forma, assegura o bom relacionamento dentro do Departamento e uma coesão na qualidade do catálogo que a Editora está a construir. Reforçando este último aspeto, destaca-se ainda uma particularidade, sempre que a natureza da obra o obrigue, a posição do quarto elemento é ocupado por um especialista habilitado a uma análise mais criteriosa da temática do livro em causa.

A convergência dos pareceres do grupo editorial é feita pelo responsável do Departamento que faz uma súmula, que posteriormente vai ser enviada como resposta ao autor. No caso de a resposta ser positiva, desencadeia-se o processo de edição, no entanto, uma resposta afirmativa não é sinónimo de obra publicada.

Recuperando as palavras acima transcritas, a Edita-Me faz questão de envolver o autor em todo o processo, e, sempre que uma decisão tem de ser tomada, tal só é feito com a aprovação do autor. Contudo, isto não quer dizer que é o autor a comandar o processo; facto que fica claro na primeira reunião que há entre o mesmo e a editora, altura em que lhe são apresentadas as Condições e Princípios Gerais de Edição (Anexo B). Possuindo esta informação, o autor decide se pretende ou não firmar um contrato (mesmo que a avaliação do original tenha sido positiva).

Caso se verifique a concretização de um contrato, o autor deve iniciar a preparação de todos os conteúdos necessários para a edição do livro, o que inclui a obra com o prefácio, os agradecimentos e as dedicatórias (caso existam); e deve ser incluída

a biografia, uma foto e uma lista bibliográfica do autor, elementos que facilitarão a sua apresentação junto do leitor.

Os passos seguintes são a revisão e o planeamento gráfico da obra que ficam ao encargo da equipa de colaboradores especializados da Editora, mas "a aprovação das provas finais por parte do autor, terá de ocorrer obrigatoriamente por escrito" (Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013).

No que diz respeito à definição do Preço de Venda ao Público:

> Mediante o tipo de materiais escolhidos, dimensão da obra, tipo de acabamento, etc, é apurado o preço de custo de produção unitária de cada livro.
> Estando este custo apurado, são estabelecidos a tiragem e o preço de venda, sendo a margem daí remanescente dividida de forma igualitária entre a editora e o autor, no pressuposto que deve ser sempre observado um mínimo de 10% sobre o preço da capa, para cada uma das partes. (Condições e Princípios Gerais De Edição, Ano 2013).

1.3. O catálogo

Relativamente ao tipo de obras selecionadas, a Editora optou por não se restringir a um único estilo e está recetiva a livros de diferentes naturezas, desde que possuam um conteúdo relevante e de qualidade. Prova disso é a organização categorial apresentada no próprio *site* onde podemos encontrar: obras de poesia e prosa, onde se incluem a maior parte dos livros editados até à data; obras de literatura infantil e juvenil, com conteúdo lúdico, destinadas ao público mais jovem; contos; obras do fantástico; e uma obra categorizada como espiritualidades. Existem, ainda, projetos empreendidos mais específicos como: o Projeto Educação que contempla edições feitas em parceria com escolas e onde se apresentam trabalhos dos próprios alunos, construindo uma relação de parceria que incentiva à deslocação de autores das obras infanto-juvenis já publicadas às escolas em causa e, assim, a Editora exponencia a divulgação do seu catálogo; as obras enquadradas na definição de biblioteca privada, que assumem um cariz mais biográfico; a música, nomeadamente o projeto da 575 Band, que serviu de mote ao acompanhamento musical dos eventos Edita-Me nos primeiros anos da Editora; e por fim, as produções próprias, onde se encontram as cinco edições da Revista-Me[2]. Este último género surgiu da vontade de criar uma nova plataforma de exposição dos autores da

[2] Disponíveis para *download* gratuito na página *web* da Editora através do *link*: < http://www.edita-me.pt/revista.php>.

casa. Porém, rapidamente cresceu e passou a incluir rubricas de pessoas externas ao labor da Editora.

Existe um outro projeto que merece nota na descrição deste ponto, ainda que não surja de forma individual na categorização de livros no *site*. Enquanto proprietário de uma Editora sediada na cidade do Porto, o Dr. Carlos Lopes procura publicar uma obra dedicada/sobre a cidade, por ano. Todavia, e apesar de ser um objetivo desde a criação da Editora, tal não é seguido de forma peremptória, sendo apenas levado a termo quando existem obras de relevante valor. Neste momento, existem dois livros no catálogo que foram publicados neste âmbito: *As Praças da Cidade do Porto* (Imagem 2) de Magda Barbosa, que é uma adaptação de uma tese de Mestrado que contempla uma abordagem histórica e arquitetónica de alguns dos locais mais emblemáticos da cidade e *Porto – Uma Imagem para o Mundo,* com poemas de Joana Padrão e desenhos de Ricardo M. Silva (Imagem 3), uma edição bilingue português-inglês, que promove a divulgação das caraterísticas mais especiais do Porto.

Imagem 2 – Capa do livro
As Praças da Cidade do Porto

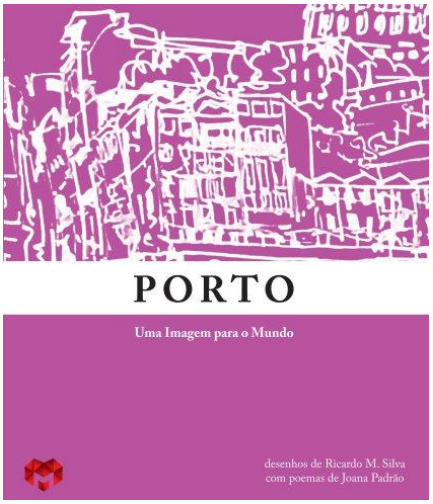


Imagem 3 – Capa do livro
Porto – Uma Imagem para o Mundo

1.4. A imagem

Apesar da diversidade de estilo e temáticas que o catálogo da Editora apresenta, é fundamental estabelecer uma imagem visual comum, definindo indicadores de identificação fácil das caraterísticas da Editora por parte do leitor, potenciando a construção de uma imagem de marca facilmente reconhecível, mas expressiva dos complexos objetivos a alcançar. Por isto, enfatiza-se a necessidade de criação de um logótipo que suporte toda a comunicação realizada.

Traduzindo os objetivos iniciais da Edita-Me, o primeiro logótipo (Imagem 4) apresentava o nome da Editora com uma manipulação tipográfica da escala das letras, nomeadamente, na primeira *e*, que apesar de ser caixa baixa, tem um tamanho aumentado. Com isto, pretendia-se traduzir graficamente a ideia de "fazer grandes os pequenos autores". O segundo aspeto marcante do logo, reflete a letra *m* em forma de livro, com destaque a vermelho, remetendo para o contexto editorial e literário em que se insere a organização. Contudo, e apesar do curto espaço de tempo de existência da Edita-Me, a grande quantidade de eventos organizados e associados a esse logo, levou a um desgaste da imagem, só ultrapassado por uma atualização da imagem de marca, o que aconteceu no início de 2013.

Igualmente importante para esta opção de mudança foi a verificação de uma falha de transmissão de mensagem junto do público, isto é, verificou-se que as pessoas associavam o nome da Editora a um projeto de promoção de autopublicação. Ora, e uma vez que tal não é desejável, tendo em conta os objetivos da Edita-Me, o novo logótipo[3] (Imagem 5) é resultado de uma representação simbólica e não de uma tradução de conceito num jogo tipográfico de escalas, deste modo, pretende-se promover uma imagem de culto e não (tanto) o nome.

Imagem 4 − Primeiro logótipo da Edita-Me Editora

Imagem 5 − Novo logótipo da Edita-Me Editora

Apesar dessa deslocação de atenção do nome para o grafismo, todos os conceitos ideológicos se mantêm assegurados ou renovados, sendo eles: o conceito de literatura/livro refletido na forma do *M* central e pela textura de dobragem de papel, quase como se fosse o resultado de um trabalho de *origami*, espelhando assim a complexidade desses universos. Esta textura é, ainda, relacionada com a forma das células que por natureza são interligadas e, transpondo conceptualmente para esta análise, pretendem

[3] A Edita-Me disponibilizou um vídeo explicativo do processo de mudança de logótipo, disponível na página de Facebook através do *link* <https://www.facebook.com/photo.php?v=3733094179620 &set=vb.162086783839384&type=2&theater>.

exprimir a união, o compromisso e a relação de proximidade que a Edita-Me mantém com os seus autores, as obras que já editou e, obviamente, com os leitores. A manutenção do *M*, como centro do logótipo reflete a lealdade que a Edita-Me mantém para com os autores já incluídos no seu catálogo e por todo o trabalho feito até à data. Por fim, a forma de coração pretende exprimir a ideia de paixão que marca o trabalho da Edita-Me e, de uma forma mais geral, a paixão de todos os que se relacionam com o universo literário.

Paralelamente está, também, a ser desenvolvida e renovada a imagem das capas dos livros, de forma a que o *design* editorial acompanhe esta nova identidade. Para isso, foram definidos critérios de homogeneização do tipo de elementos a incluir nas capas dos principais estilos literários que a Edita-Me assume no seu catálogo – a poesia e a prosa – dada a superioridade numérica de edições.

No caso da poesia, foi determinado que as capas deveriam possuir um elemento ilustrativo central e uma tonalidade suave como, por exemplo, o caso do livro *A Próxima Cor* (Imagem 6), de Daniel Maia-Pinto Rodrigues, e *Obviamente…Gata!* (Imagem 7), de Celeste Pereira.

Já as opções relativas à prosa passaram pela necessidade de criar um maior impacto no leitor, por isso, optou-se por utilizar elementos que preencham a capa, tal como o livro de Carlos Queirós, *A Mensagem do Limbo* (Imagem 8) e *Por Ti Seguirei…* de Jorge Pópulo (Imagem 9).

A divulgação da nova imagem foi um marco devidamente anunciado, não só pela necessidade de informar as pessoas, mas para demonstrar a capacidade da Edita-Me de se atualizar e responder ao *feedback* que vai obtendo dos seus leitores e colaboradores.

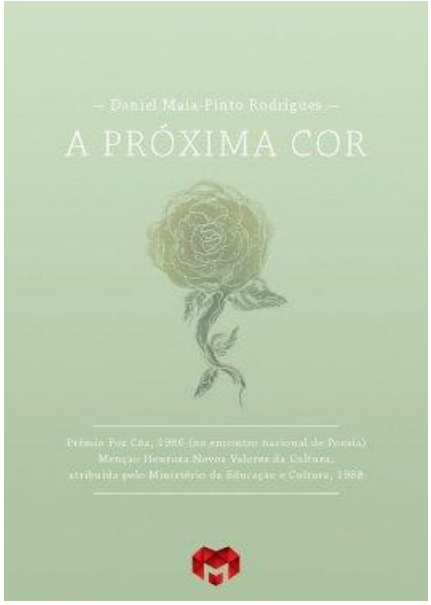


Imagem 6 - Capa do livro *A Próxima Cor*

Imagem 7 - Capa do livro *Obviamente…Gata!*

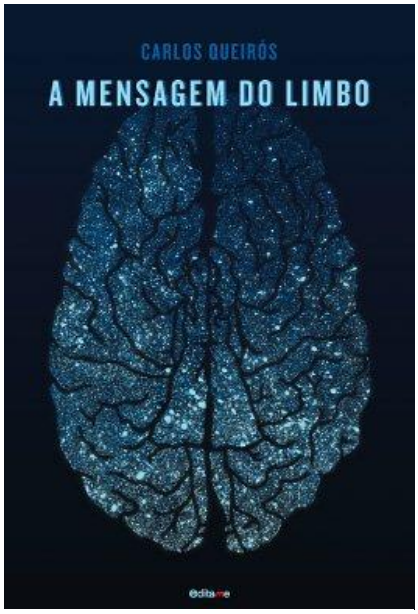


Imagem 8 – Capa do livro
A Mensagem do Limbo

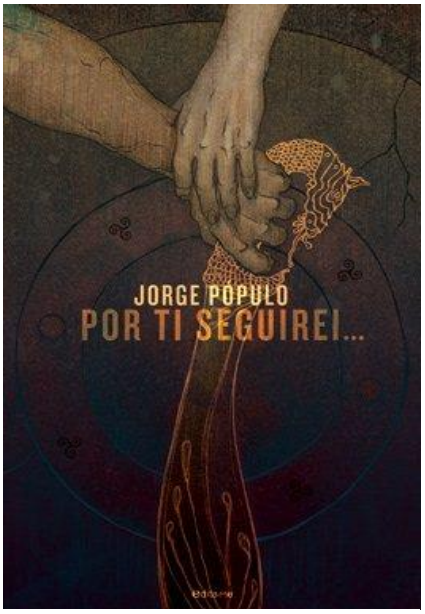


Imagem 9 – Capa do livro
Por Ti Seguirei...

1.5. Perspetivando o futuro

Naturalmente, a actualização da imagem da Editora não se limita às questões de cariz mais gráfico e faz parte de um plano de acompanhamento das necessidades do mercado e de evolução permanente dos objetivos. Apesar dos fundamentos ideológicos se manterem iguais – editar novos autores e novas obras de qualidade – a forma como são alcançados foi sendo adaptada às condicionantes do momento e às novas oportunidades de projetos que possam promover uma maior visibilidade do trabalho realizado.

Paralelamente, as relações entre Editora e autores foram-se forjando e contribuindo para o crescimento do trabalho, sendo parte integrante do seu valor distintivo de potenciais concorrentes. Prova desta realidade é a multiplicidade de autores que já têm mais do que uma obra editada pela Edita-Me. Por ter assistido, em primeira mão, ao cuidado com que essa ligação se processa, arrisco a dizer que a Edita-me já não é apenas uma casa de “novos autores” mas, sim, uma “casa de autores” e, futuramente, este potencial humano só pode ser rentabilizado, provavelmente, com os eventos organizados, que já são parte do valor acrescentado do produto da Editora e com a dinamização de novas plataformas de divulgação dos autores, em semelhança com o que já foi feito no projeto Revista-Me.

O Dr. Carlos Lopes não hesita em reconhecer que a permanente valorização destas ações é ponto fulcral do futuro, pois, também elas têm de acompanhar a crescente qualidade que o catálogo manifesta. Contudo, a base do trabalho da Edita-me é (e será) a edição e nenhum dos elementos da cadeia é ignorado ou descurado. Aliás, procurando investir nas áreas que ainda apresentassem falhas, o Dr. Carlos Lopes associou-se a planos de estágio curricular, como aquele em que me enquadrei, e, mais recentemente, um que acolheu um estagiário dedicado ao desenvolvimento da componente digital.

O presente e o futuro implicam uma presença digital no espaço *web* através da interação com o público-alvo e com a produção de conteúdos próprios para esse destino. Nesse sentido, a Edita-Me já está a planear o desenvolvimento de conteúdos multimédia, por exemplo *booktrailers*[4], visando a captação de novos públicos e a manutenção de uma postura ativa e criativa da Editora.

Por fim, e tendo em conta o tipo de atuação que a Edita-Me tem apresentado, a manutenção e procura de novas parcerias, cada vez mais relevantes e vantajosas, será um dos caminhos a concretizar para promover o sucesso de uma dada obra e, quem sabe, partilhar os custos da sua produção e divulgação. Obviamente, esta possibilidade está dependente da natureza de cada obra e das condicionantes específicas que precisem de ser colmatadas.

[4] Através do *link* <https://www.facebook.com/photo.php?v=453573665188&set=vb.162086783839384&type=2&theater> é possível ver um desses primeiros exemplos tornados públicos.

Parte II

2. Atividades desenvolvidas no âmbito do estágio

Como já foi relatado, cedo senti alguma insegurança na delineação e concretização das tarefas planeadas, facto agravado pela concentração do plano de estágio numa só área de atuação, a comunicação, o que obrigou a uma análise de circunstâncias de trabalho mais pormenorizada, procurando uma ação igualmente detalhada e que colmatasse as faltas detetadas no Departamento até à data e, naturalmente, que também contemplasse novas formas de interação com os leitores da Editora.

Procurando conhecer melhor todas as variantes inerentes ao funcionamento do departamento de comunicação de uma editora e, simultaneamente, analisar uma metodologia de trabalho que servisse de exemplo, realizei uma pesquisa inicial de referências bibliográficas e de procura de casos reais. A obtenção desses exemplos não foi bem-sucedida já que as fontes encontradas ou se concentravam na gestão de editoras estrangeiras ou no estudo da comunicação de livros editados num sistema de autopublicação, adquirindo um cariz de autoajuda para autores que assumissem a sua própria representação e divulgação.

Por outro lado, dediquei-me à análise de *sites* (incluindo páginas nas redes socias) de editoras portuguesas, com características semelhantes às da Edita-Me, procurando pistas sobre o tipo de estratégias que utilizam para comunicar com o leitor-alvo. Constatei que o mais comum era a divulgação de comunicados de imprensa das novas obras, a partilha de notícias ou referências nos órgãos de comunicação tradicionais às editoras em causa e, em alguns casos, a realização de passatempos que serviam de mote para a divulgação do catálogo da editora. Estas observações a par dos conhecimentos adquiridos na disciplina de *marketing* editorial conduziram-me a uma reflexão sobre as diferenças entre *marketing* e comunicação.

Apesar de o programa curricular da disciplina incidir sobre o estudo de casos reais e de destacar a importância de um plano de *marketing* para as editoras, fruto das exigências concorrenciais, nunca tinha contemplado de forma clara as diferenças de cada um dos conceitos, que parecem fundir-se (pelo menos na medida em que a comunicação se apresenta como um dos instrumentos de trabalho do *marketing*), e se faria sentido pensar em metodologias de desenvolvimento diferentes.

Conversando com o Dr. Carlos Lopes, percebi que apesar dos conhecimentos teóricos disponíveis para pautar o trabalho de um profissional, independentemente da

sua área de atuação, é importante perceber de que forma esses conhecimentos/instrumentos se adaptam ao funcionamento diário de uma empresa. Foi a partir deste princípio que clarifiquei a diferença entre *marketing* e comunicação que, de uma forma geral, dependem dos objetivos, pontuais e a longo prazo, planeados para o desenvolvimento de ações.

No caso da filosofia da Edita-Me Editora, o recurso ao *marketing* visa a concretização de vendas enquanto a comunicação é feita com o objetivo máximo de divulgação do trabalho e, acima de tudo, da marca. Todavia, esta diferença de valores (que sempre marcou a atividade da Edita-Me) não será fácil de compreender pelos que medem o sucesso, maioritariamente, pelo número de vendas. Para o Dr. Carlos Lopes, a estratégia mais importante é a de construção da imagem da marca, que se for bem executada e bem-sucedida, implicará vendas como uma consequência natural. Assim, e sendo o valor da marca o mais importante, a tomada de decisões é revestida de coerência e coesão, sempre com o sentido de construção de um produto global de valor acrescentado, composto por produtos com uma identidade própria, mas ao serviço de uma missão geral. É precisamente esta preocupação e este cuidado que diferencia a Editora das restantes concorrentes no mercado nacional.

Importa referir que ao identificar esta diferença de conceitos não coloco em causa a importância de um plano de *marketing* organizado, já que

> ao não promovermos um livro, já estamos a dizer alguma coisa sobre ele. Ao não o dirigirmos a um público, estamos a colocá-lo mais longe do seu leitor. Produzindo uma capa ou linha gráfica descuidadas, estamos a incentivá-lo ao anonimato. O «não-*marketing*» não é uma opção, nem por manifesto ideológico. Ele é, em si, uma forma de *marketing* (PINHO, 2010).

Num mercado saturado de oferta e em que os canais de divulgação são cada vez mais heterogéneos, as ferramentas de análise qualitativa e quantitativa do *marketing* são extremamente valiosas para a distribuição da informação nos locais mais apropriados – uma instituição pode comunicar a mesma mensagem de diferentes formas, atendendo às especificidades do público de cada canal. Arrisco ainda a ir mais longe, e afirmo que o *marketing*, no expoente máximo da sua integração na área editorial, poderá ajudar a perceber quais são os livros com mais probabilidades de sucesso.

Contudo, e apesar de o *marketing* se ter tornado parte vital do funcionamento da maioria das indústrias, a sua integração no mercado editorial nacional não foi fácil nem tão organizada. Pautada, quase por defeito permanente, por falta de capital para o seu

desenvolvimento, a cadeia de edição de um livro relega, regularmente, para segundo plano a integração da promoção das obras de uma forma ativa e cuidada.

> (…) alguns editores portugueses, em vez de marketing, preferiam falar de *feeling*. E que, mesmo desconfiando, por exemplo, de estudos de mercado, pareciam não duvidar (dum modo intuitivo?, literário?, jurídico?) da sua capacidade de decidir o que deve ou não ser publicado e portanto, de influenciarem a própria opinião pública. (MARTINS, 1999:151).

Acrescento que a falta de capital disponível para esses departamentos não é resposta única para esta problemática. Recorrer às linhas orientadoras do *marketing* como instrumento facilitador do trabalho de edição de um livro obriga a um conhecimento claro e aprofundado da disciplina, o que não acontece já que para a maioria das editoras o trabalho é realizado com base no gosto pela "arte de editar livros" servindo de base as ferramentas de que cada profissional já dispõe.

Esta procura de entendimento dos conceitos de *marketing* e comunicação poderá não ser clara, mas, creio, espelha uma das minhas maiores preocupações enquanto estagiária. Percebi que os conhecimentos específicos adquiridos em aula não foram suficientes, talvez por se concentrarem mais na análise da divulgação de livros, de forma individual, e não tanto no planeamento de uma estratégia global de divulgação de uma editora. Procurando contornar estas dificuldades, optei por me concentrar na execução das tarefas previstas de forma individual, esperando que com a prática, a diferença de conceitos e metodologias se clarificasse com o auxílio do contexto real.

Um dos pontos mais urgentes, e ao qual me dediquei de imediato, para o funcionamento do Departamento de Comunicação da Edita-Me, era a organização dos contactos de comunicação social impressa e digital da Editora, facilitando os futuros envios de comunicados de imprensa e de divulgação de ações.

2.1. Organização de contactos

A tarefa, aparentemente simples, procurava compor uma base de dados com contactos da imprensa literária, ou outra que revelasse interesse para a divulgação de ações editoriais, facilitando não só o envio de comunicados de imprensa para divulgação na altura dos respetivos lançamentos, mas também para o eventual encaminhamento de exemplares da obra para os destinatários mais adequados. Ora, a importância de uma boa lista de contactos sempre fora um aspeto destacado por todos os intervenientes da área editorial que já tinham discursado nas palestras de convidados, frequentes no funcionamento do Mestrado, mas ainda mais importante revelava-se a capacidade de

fazer chegar a informação ao destinatário certo. Num momento em que o contexto da própria imprensa está em processo de alterações significativas, é fundamental saber onde é oportuno divulgar um livro, com vista à sua posterior comunicação junto de um público leitor, ou seja, é preciso apresentar o "livro certo" à "pessoa certa". Assim, destaca-se a segmentação de meios e contactos como um fator primordial no funcionamento de um departamento de comunicação.

A imagem de uma instituição está em construção permanente e, por essa razão, todos os contactos feitos devem ser planeados e rigorosos no seu objetivo, revelando assim um grande cuidado no trabalho que é feito e a capacidade de um (auto) posicionamento adequado no mercado. Deste modo, é fundamental saber o que se comunica, como se (pode) comunica(r), mas, mais importante, a quem se comunica (quer seja um intermediário que apresenta o livro num órgão de comunicação, quer seja o leitor final). Ao fazer tal trabalho, a instituição já está a dar provas do seu valor.

Transpondo este cuidado para o contexto da comunicação editorial, facilmente se reconhece a importância da tarefa em causa; todavia, a definição de uma metodologia para a sua concretização não foi fácil de conseguir.

Optei por começar pela categorização dos meios de comunicação em formato impresso, também conhecidos por meios de comunicação tradicional, por terem um valor reconhecido pelo público em geral e, por norma, serem o meio de divulgação editorial mais ambicionado.

Para a consulta dos meios, recorri ao depósito da Biblioteca Municipal do Porto que, dispondo de um número ilimitado de números de cada publicação, me permitiu realizar uma análise retroativa de edições, procurando estabelecer um padrão de escolhas de divulgação literária. Mais concretamente, procurei fazer uma análise das tipologias textuais que cada jornalista/cronista/etc. por norma destaca no seu trabalho e o tipo de publicações que cada meio tende a divulgar.

Como iniciei esta tarefa em setembro, defini os três meses imediatamente antes para iniciar a consulta das publicações disponíveis. Esta pesquisa (Anexo C) não só me permitiu procurar os contactos mais pertinentes como também possibilitou analisar os estilos editoriais de cada publicação, acabando por perceber algumas diferenças e semelhanças, obviamente dependentes de cada estilo que assumem.

Rapidamente percebi a necessidade de padronizar a informação recolhida e, por isso, defini um eixo de análise com seis pontos: (1) periocidade/temática da publicação, (2) revista secundária/secção, (3) perfil de secção, (4) observações, (5) colaboradores e (6) contactos. No primeiro pretende-se apontar o estilo da publicação; o segundo remete

para a localização concreta do artigo na estrutura do índice; o terceiro define o objetivo da secção; o quarto é dedicado às notas que na altura pareciam pertinentes e o quinto e o sexto são específicos para a apresentação de contactos, seja um *e-mail* particular de um jornalista, seja o contacto geral da publicação.

A tipologia de publicações selecionadas foi variada, respondendo, dessa maneira, às diferentes edições que a Edita-Me contempla no seu catálogo, resultando numa primeira lista com catorze títulos, organizados na Tabela 1.

Tipo e estilo das publicações	Nome das publicações
Jornais/ informação generalista	Expresso, Público
Revistas/ informação generalista	Visão, Sábado
Revistas/ divulgação cultural	Time Out Porto
Revistas/infantil	Visão Júnior, Pais e Filhos, O Guia para Pais e Educadores de Infância
Revistas/ femininas	Activa, Woman, Happy, Caras
Revistas/ divulgação literária	LER, Jornal de Letras

Tabela 1 – Publicações analisadas para a primeira lista de contactos

A concretização desta tarefa não se ficou por este primeiro resultado, uma vez que se trata de um trabalho que nunca está verdadeiramente concluído por duas razões: a primeira prende-se com a necessidade de incluir novos contactos, seja por surgirem novos meios de comunicação, seja por a editora se aventurar num novo estilo de edição e, por isso mesmo, ser necessário pensar em novas formas de divulgação; a segunda prende-se com a natural necessidade de acompanhamento da lista existente, ou seja, é preciso assegurar que os contactos recolhidos se mantêm funcionais.

Acrescento que, logo a seguir a essa primeira recolha de dados e nas publicações em que não estava claro o procedimento a seguir para o eventual envio de exemplares para análise, enviei um *e-mail* às mesmas a indagar sobre essa questão (Imagem 10). Apesar de não ter obtido resposta de todas, mantive os respetivos contactos na lista.

Pedido de esclarecimento sobre secção "Ler, ver e ouvir" Edita-me x

Silvana Costa <silvana.smcosta@gmail.com> 12/11/12

para cfonseca

Bom dia.

Venho por este meio proceder a um pedido de esclarecimento quanto ao conteúdo publicitado na vossa secção "Ler, ver e ouvir".

Neste momento estou a estagiar no departamento de comunicação da Edita-Me Editora e gostava de saber como funciona a vossa secção editorial.
A vossa seleção é feita mediante escolha vossa ou aceitam a submissão de propostas.

Desde já me desculpo por qualquer inconveniente causado.
Com os melhores cumprimentos,

...

Catarina Fonseca <CFonseca@activa.impresa.pt> 13/11/12

para mim

Olá Silvana

Geralmente as editoras enviam-nos os livros e nós publicamos ou não, consoante achemos que têm interesse para as leitoras e consoante o (pouco) espaço que temos...
Um abraço

CatarinaF

Imagem 10 – Exemplo de *e-mail* enviado a requisitar esclarecimento sobre o processo de análise de livros

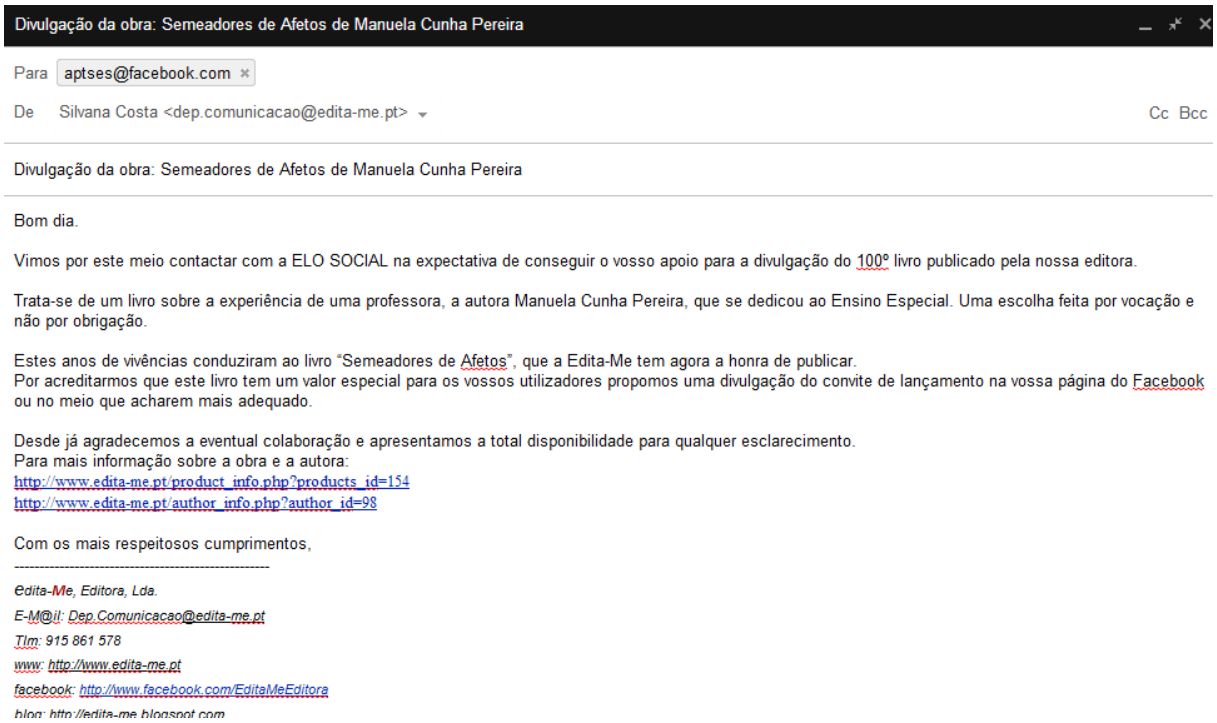
Por todos as razões já enumeradas, a composição da lista de contactos da Edita-Me foi um processo que se prolongou ao longo de todo o período de estágio e enquanto no início me concentrei mais nos órgãos de comunicação impressos, com o decorrer do tempo foram os meios digitais que me ocuparam mais. Realço que não foi por assumirem maior relevância na divulgação das ações, mas sim, por serem muitos mais, especialmente no caso dos blogues, que apesar de terem um cariz mais pessoal, são igualmente importantes numa lista de contactos.

Os espaços de divulgação literária que atualmente abundam no espaço virtual não são sinónimo de qualidade garantida, por isso mesmo, parte do meu tempo foi dedicado à análise do tipo de funcionamento que espelham para o público, procurando perceber se seria relevante iniciar um processo de comunicação com eles (em semelhança ao que tinha sido feito nos meios de comunicação tradicional).

Apercebendo-me da riquíssima variedade de contactos que uma editora pode assumir na sua comunicação, rapidamente transformei a tabela inicial em formato Word, por sinal muito estática, num documento Excel mais moldável às necessidades que

fossem surgindo e que permitisse a aplicação de filtros para a realização de uma pesquisa mais rápida, sendo este o ficheiro entregue à Editora (Anexo D[5]).

Como exemplo dessa variedade, recorro ao caso da obra *Semeadores de Afetos* de Manuela Cunha Pereira, que se apresentava como um desafio dada a especificidade do seu tema. Enquanto professora do ensino especial, a autora retratava as suas experiências com o objetivo de consciencializar o leitor menos atento a essas questões. A divulgação deste livro não se esgotava nos canais mais comuns, havia aqui uma possibilidade de expandir a rede de contactos a um nicho muito específico de destinatários que potencialmente estariam interessados em adquirir o livro. Contemplando essa possibilidade, procedi a uma recolha de nomes de entidades relacionadas com o ensino de crianças com dificuldades especiais (Anexo E), para as quais se enviaram *e-mails* (Imagem 11) de apresentação da obra e pedindo a respetiva colaboração na sua divulgação.



Divulgação da obra: Semeadores de Afetos de Manuela Cunha Pereira

Para aptses@facebook.com

De Silvana Costa <dep.comunicacao@edita-me.pt> Cc Bcc

Divulgação da obra: Semeadores de Afetos de Manuela Cunha Pereira

Bom dia.

Vimos por este meio contactar com a ELO SOCIAL na expectativa de conseguir o vosso apoio para a divulgação do 100º livro publicado pela nossa editora.

Trata-se de um livro sobre a experiência de uma professora, a autora Manuela Cunha Pereira, que se dedicou ao Ensino Especial. Uma escolha feita por vocação e não por obrigação.

Estes anos de vivências conduziram ao livro "Semeadores de Afetos", que a Edita-Me tem agora a honra de publicar.
Por acreditarmos que este livro tem um valor especial para os vossos utilizadores propomos uma divulgação do convite de lançamento na vossa página do Facebook ou no meio que acharem mais adequado.

Desde já agradecemos a eventual colaboração e apresentamos a total disponibilidade para qualquer esclarecimento.
Para mais informação sobre a obra e a autora:
http://www.edita-me.pt/product_info.php?products_id=154
http://www.edita-me.pt/author_info.php?author_id=98

Com os mais respeitosos cumprimentos,
---
edita-Me, Editora, Lda.
E-M@il: Dep.Comunicacao@edita-me.pt
Tlm: 915 861 578
www: http://www.edita-me.pt
facebook: http://www.facebook.com/EditaMeEditora
blog: http://edita-me.blogspot.com

Imagem 11 – Exemplo do *e-mail* enviado para a divulgação da obra *Semeadores de Afetos*

[5] Uma vez que o ficheiro original foi realizado em formato Excel, procedeu-se a uma adaptação do conteúdo ao formato Word para o devido anexo ao relatório. Por isso, a informação apresenta-se

Já num período de reflexão, tentei perceber o sucesso (ou falta dele) na concretização da tarefa, constatando três aspetos essenciais que pautam este exercício de coleta de dados: (1) a rapidez com que consegui organizar os contactos, (2) o número de contactos que consegui angariar e (3) a especificidade com que consegui categorizá-los. No caso do primeiro ponto, creio que deveria ter sido mais rápida e não apenas na coleta, mas também, na sua posterior utilização. Quanto ao número de contactos que inventariei, estou satisfeita, principalmente por os ter adicionado com base na qualidade que podem propiciar na divulgação da Editora. Por fim, a especificidade foi algo de muito natural que aconteceu, uma vez que procurei sempre a melhor metodologia de trabalho e, neste caso, contactos devidamente organizados promovem uma eficácia de ações.

2.1.1. O comunicado de imprensa

O comunicado de imprensa é, provavelmente, o instrumento de comunicação mais utilizado na área editorial. Com o objetivo de divulgar uma obra, deve ser capaz de contextualizar a história e o autor, realçando apenas os aspetos mais relevantes e captadores da atenção do leitor. Não é um equilíbrio fácil de conseguir, mesmo com fórmulas de redação aparentemente fáceis de concretizar, especialmente se pretendermos distinguir-nos de todos os outros comunicados de imprensa que "entopem" os *e-mails* de inúmeros profissionais dedicados à divulgação/crítica de novas obras.

No que diz respeito à sua redação, o meu trabalho foi facilitado, pois as resenhas dos livros são disponibilizadas pelo Dr. Carlos Lopes, na qualidade de editor executivo, sendo que eu deveria preparar a composição gráfica dos restantes elementos biográficos do autor e o posterior envio para os contactos selecionados. Beneficiei ainda de um trabalho de análise e elaboração de comunicados na disciplina de literatura infanto-juvenil (que aconteceu em paralelo com o período de estágio), o que propiciou um maior conhecimento dos cuidados a ter. Todavia, não fui capaz de formatar um modelo de comunicado de imprensa de forma satisfatória; na verdade, ainda é algo em que continuo a acusar dificuldades. Ao refletir sobre o porquê, constatei que me é difícil distanciar de um livro e destacar, de forma mais formal, os aspetos mais relevantes e positivos de obra. Trata-se de uma área em que a experiência que adquiri no estágio não foi suficiente.

---

mais como um inventário do que um documento funcional, servindo apenas para dar conta de uma evolução do trabalho durante o estágio.

Numa das inúmeras conversas que tive com o Dr. Carlos Lopes, tive a possibilidade de falar sobre este assunto e a falta que sentia de "bons modelos". Tentando responder às minhas questões apresentou-me a plataforma de autopublicação *Escrytos*[6], onde se apresentava um modelo de comunicado, propondo-me seguir o mesmo estilo.

Sumariando toda a informação que detinha até à data procurei, uma vez mais, formular um modelo de comunicado com:

- um título apelativo e relacionado com o conteúdo da obra;
- uma sinopse, contendo apenas os factos mais importantes;
- uma fotografia da capa do livro e do autor (sempre que disponível);
- referência ao ilustrador e/ou tradutor sempre que existir(em);
- as especificações técnicas, isto é, a ficha do livro - título, autor, editora, número de páginas, PVP - e, se oportuno, aspetos menos relevantes como o ISBN, dimensões e a data de publicação;
- e se já confirmadas as primeiras datas de eventos de lançamento da obra.

Assim sendo, e procurando retratar a evolução que fui tentando promover, anexo ao relatório três comunicados que elaborei e tive a oportunidade de enviar para a respetiva divulgação; o Anexo F corresponde à obra *Por Ti Seguirei…*, de Jorge Pópulo; o Anexo G correspondente à obra *O Concerto de Colónia*, de Jorge Pedra e o Anexo H corresponde à obra *Bolos Criativos Com…*, de Eva Lopes para o qual, apesar de ter sido editado fora do período de estágio, tive ainda a possibilidade de contribuir com a preparação do comunicado de imprensa, que já apresenta a nova imagem da Edita-Me Editora.

2.2. Redes Sociais

Assegurar uma presença *on-line* já é elemento obrigatório de grande parte das instituições, e o que, inicialmente, tinha como maior vantagem o baixo investimento que

---

[6] A *Escrytos* (disponível em <http://www.escrytos.com/>) é uma plataforma de disponibilização de serviços de edição pagos que auxiliam autores no processo de autopublicação, desde a preparação do original até à comercialização numa série de livrarias selecionadas *on-line*. Na lista descritiva dos seus serviços apresentam modelos como exemplo, estando o comunicado de imprensa localizado no *link* http://www.escrytos.com/_upload/repo/Template%20Press%20Releas e.pdf.

implicava para aceder a um conjunto de clientes-alvo agrupados numa única plataforma, hoje em dia já obriga a um investimento em tempo e pessoal para assegurar a comunicação com o público digital de forma eficiente e eficaz. Uma presença no universo digital não se reduz à abertura de uma conta, nem a um contacto por mês, mas sim ao estabelecimento de uma comunicação bilateral, ativa e constante.

> Com a Internet e os *media* sociais, o consumidor passou a ter muito mais poder de decisão. Deixou de querer ser abordado e passa a ser ele quem procura, ou então quem permite que a informação chegue a si automaticamente. Passou também a auto-segmentar-se, alterando assim algumas das normativas do marketing tradicional, obrigando ao estudo e desenvolvimento de novos métodos de abordagem. (PEREIRA, 2013:11).

O paradigma de trabalho no contexto digital é manifestamente diferente das práticas tradicionais. Já não faz sentido pensar em adaptar (apenas) os instrumentos utilizados até hoje à nova realidade, mas sim pensar em estratégias novas e criativas inspiradas nas novas condições de trabalho, que devem estar em atualização permanente.

O consumidor passa a dominar as relações estabelecidas, definindo o que lhe interessa e cabendo à instituição a capacidade de adaptar os seus objetivos às necessidades do mesmo; podemos acrescentar que o consumidor ganha força e consegue intervir no trabalho e futuro da marca.

> Este novo perfil de consumidor obriga a que os gestores de marketing tenham de encarar estes novos meios não como canais de venda, mas como canais de comunicação e contacto com os públicos. Deste modo, a gestão desta vertente comunicacional dos *media* sociais deve ser principalmente encarada como uma ferramenta para construir relações, que irão gerar resultados a longo prazo, e não como uma ferramenta para geração direta de leads, o que pode no entanto também acontecer. (PEREIRA, 2013:13).

No contexto editorial, a situação é a mesma, sendo importante cada editora definir o objetivo com que usa cada uma das redes sociais disponíveis. É importante perceber que tipos de funcionalidades cada plataforma possui e se são adequadas à estratégia de comunicação pretendida, ou seja, a informação que partilhamos com o público-leitor não pode ser utilizada da mesma forma em todos os canais. Foi com base no reconhecimento desta questão que trabalhei de forma distinta o Facebook, o Blogue (aqui associado ao conceito de rede social) e o Goodreads e, naturalmente, os resultados que enunciarei são também diferentes como poderemos ver.

2.2.1. Facebook

Atualmente, já não faz sentido falar de presença nas redes sociais como um (simples) complemento à comunicação de uma organização, muito pelo contrário, as suas características de permanente contacto *on-line* possibilitam a quebra de limites geográficos e a captação de novos públicos. Foi neste contexto que participei no desenvolvimento da página de Facebook da Edita-me[7], tendo sido um dos pontos em que empreendi mais tempo e que trabalhei de forma mais regular, uma vez que exige atualizações diárias.

No início de setembro, a página Facebook possuía cerca de 700 gostos, o que serviu de mote para um dos objetivos do meu trabalho – aumentar este número para 1000, até a conclusão do estágio. Como meio para alcançar esse fim, foi determinado que seria oferecido um livro a cada centena de gostos, ou seja, ao 800º ao 900º e ao 1000º e, sempre que oportuno, poderiam ser analisadas outras campanhas promocionais ou passatempos.

Estabelecido um objetivo, era fundamental compreender que tipo de publicações deveriam ser feitas, isto é, que tipo de informação "alimentaria" o funcionamento da página. Como é óbvio, este trabalho serve para apoiar o Departamento de Comunicação da Editora, e por isso mesmo, todas as informações institucionais, como a divulgação de novos lançamentos e projetos, assumiriam um caracter mais importante. Paralelamente, e porque nem todos os dias existe "nova" informação sobre a Editora para divulgar, seria necessário publicar outro tipo de informações que mantivesse a presença da Edita-Me junto dos utilizadores da rede. Desse modo, e em conversa com o Dr. Carlos Lopes, defini as linhas gerais de ação que serviriam de guia ao tipo de publicações que deveria fazer:

- comunicar lançamentos e eventos (Imagem 12)[8];
- (re)divulgar livros já lançados através da rubrica – Livro da Semana (Imagem 13);
- partilhar notícias relacionadas com a Editora e com valor cultural/temático significativo;

[7] Disponível *on-line* em < https://www.facebook.com/EditaMeEditora>.

[8] A título de exemplo, serão apenas apresentadas algumas imagens do tipo de *post* realizados na página de Facebook da Edita-Me, que por serem muitos não foram incluídos integralmente neste relatório.

- incentivar à subscrição da newsletter da Editora e a um maior diálogo com os utilizadores;
- realizar passatempos;
- divulgar a plataforma de vendas *on-line*;
- comunicar concursos a decorrer noutras plataformas.

Imagem 12 – Exemplo de publicação de divulgação de sessão de apresentação de um livro

O passo seguinte passou pela criação de um esquema que simulasse a aplicação destas ideias de forma equilibrada ao longo do dia (Anexo I) e que me permitisse familiarizar com a rotina de publicação pretendida, foi, portanto, um exercício prático antes de começar a trabalhar em contexto real.

Em paralelo com a organização deste esquema, iniciei a recolha de fontes que poderiam servir para partilhar informação não relacionada com a Edita-Me. Até à data do estágio, essa informação era, maioritariamente, partilhada através do blogue Blogtailors[9], mas a minha intenção era aumentar essa seleção de fontes, obtendo uma maior variedade de informação/notícias.

[9] Disponível *on-line* no site <http://www.blogtailors.com/>.

Imagem 13 – Exemplo de publicação de divulgação de um artigo da Revista Edita-Me como pretexto de divulgação ao Livro da Semana

É importante referir que o tipo de conteúdo selecionado para partilha na página não era integralmente relacionado com livros e edição. Se tal acontecesse, o objetivo de apresentar a Edita-Me como uma organização com valor cultural perdia-se e correríamos o risco de alienar utilizadores (que procuram mais do que informação editorial). Um desses momentos foi a publicação realizada no dia 21 de janeiro de 2013, sobre o programa *Cuidado com a Língua!,* da RTP 1 (Imagem 14).

Imagem 14 – Exemplo de publicação de partilha de informação não-literária

No que diz respeito à dinamização de passatempos, optei por organizar uma ação no final do mês de dezembro de 2012 (Imagem 15), como mote de celebração do natal. Em semelhança a outras ações, muito comuns no contexto do Facebook, os utilizadores apenas teriam de deixar um comentário na publicação indicada e, no final do prazo, seria sorteado um vencedor.

Relativamente ao objetivo inicial do número de gostos, tal foi alcançado no dia 27 de dezembro de 2012 e, no final de janeiro de 2013, eram já 1209, confirmando o sucesso da estratégia que estava em prática. No entanto, não posso deixar de registar que esperava que fosse mais fácil estabelecer um contacto mais direto com os utilizadores, isto é, conseguir a sua participação nas atividades que estavam planeadas, porém, não foi isso que constatei e, por muito simples que fosse a requisição de participação, foi esporádico o sucesso de publicações deste tipo.

Imagem 15 – Publicação de divulgação do passatempo de natal

Para conseguir o objetivo dos 1000 gostos, também foi importante a decisão do Dr. Carlos Lopes de promover publicações-chave de divulgação da Editora, usufruindo de um maior alcance de utilizadores, esperando captar novos gostos. Deste modo, e apesar de ser um recurso pago, o investimento é relativamente baixo tendo em conta o benefício que acarreta para o processo de divulgação da Editora, por norma, as publicações realizadas com esta estratégia verificaram um crescimento de 90%[10] no número de

[10] O permanente desenvolvimento das ferramentas estatísticas do Facebook flexibiliza a obtenção de dados quantitativos, sendo possível controlar o número de utilizadores que visualizam as publicações feitas. No caso das publicações com promoção paga é distinguido o alcance orgânico, isto é, aquele que seria conseguido mesmo sem promoção, do alcance pago, resultado do destaque dado à promoção.

utilizadores alcançados. Esta ferramenta, disponibilizada pelo Facebook, é uma mais-valia na estratégia de *marketing* e comunicação de qualquer organização. De facto, permite contabilizar os resultados de cada tipo de ação realizada, permitindo aferir o tipo de informação que capta mais atenção, viabilizando publicações com mais sucesso no futuro.

Esta experiência serviu para perceber que apesar de ter uma utilização fácil, o Facebook implica investimento de tempo para a manutenção da página e que a adesão dos utilizadores não é imediata, obrigando à construção de uma mensagem coerente e regular. Paralelamente, é fundamental acompanhar as permanentes atualizações que esta rede social apresenta que, cada vez mais, se direcionam para a potencialização de melhores resultados empresariais.

2.2.2. Blogue

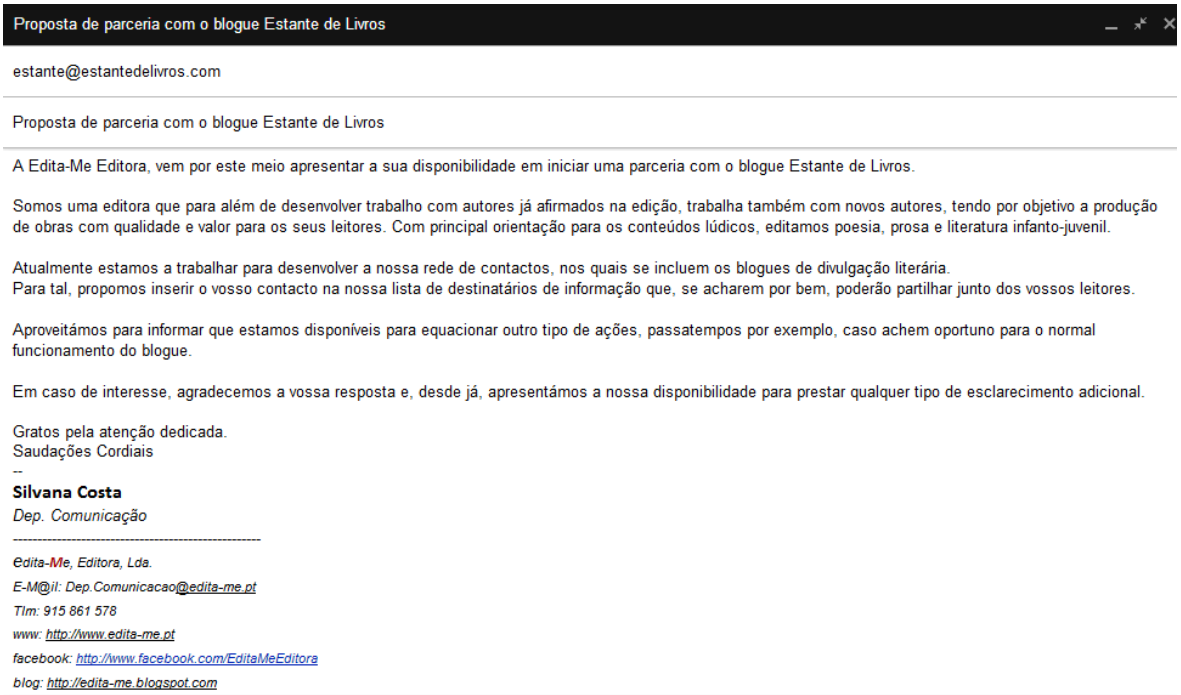
O blogue da Edita-Me já existia e apesar de a sua dinamização ser um dos objetivos do meu cronograma, acho que tal não foi bem conseguido. Manteve-se a utilização que era dada até ao início do estágio, ou seja, a norma de se efetuar a publicação dos convites digitais para os lançamentos dos livros e a devida divulgação de outras ações da editora, ainda que com um cuidado de adaptação do texto. Apesar de reconhecer que o propósito do blogue não se deveria esgotar nestas funções, não consegui ser o suficientemente dinâmica no planeamento de novas estratégias.

Atualmente, reconheço que uma das maiores vantagens do blogue é a parceria com outros semelhantes e/ou com blogues de divulgação literária. Existe uma grande comunidade de pessoas que recorrem a este tipo de página *on-line* para partilhar interesses e trabalhos. Por norma, estão sempre disponíveis para iniciar parceiras de partilha de informação. Aproveitando este facto, foi preparado um *e-mail* (Imagem 16) com vista à formalização de novas parcerias, com um funcionamento muito simples.

A Edita-Me envia a informação sobre as ações da Editora para os *bloggers* em causa e eles, mediante a sua própria apreciação, poderão, ou não, divulgar nos respetivos blogues. Por outro lado, a Edita-Me mostra a sua disponibilidade em colaborar em passatempos ocasionais e apresenta toda a sua recetividade em receber novas propostas.

Verifico, agora, que o trabalho que realizei foi mais no sentido de procura de novas parcerias e contactos e não tanto no desenvolvimento de conteúdo próprio para o blogue, o que reconheço que foi uma falta da minha parte, pois tal estava previsto nos

objetivos específicos das minhas funções. Porém, acho que o futuro do blogue deve incidir na produção de um conteúdo mais especializado (do que é feito no Facebook) e de fomento de uma relação entre Editora – *blogger*, pois estes têm um importante papel na formação de opinião dos leitores a que a Editora ainda não consegue chegar de forma direta.



Proposta de parceria com o blogue Estante de Livros

estante@estantedelivros.com

Proposta de parceria com o blogue Estante de Livros

A Edita-Me Editora, vem por este meio apresentar a sua disponibilidade em iniciar uma parceria com o blogue Estante de Livros.

Somos uma editora que para além de desenvolver trabalho com autores já afirmados na edição, trabalha também com novos autores, tendo por objetivo a produção de obras com qualidade e valor para os seus leitores. Com principal orientação para os conteúdos lúdicos, editamos poesia, prosa e literatura infanto-juvenil.

Atualmente estamos a trabalhar para desenvolver a nossa rede de contactos, nos quais se incluem os blogues de divulgação literária.
Para tal, propomos inserir o vosso contacto na nossa lista de destinatários de informação que, se acharem por bem, poderão partilhar junto dos vossos leitores.

Aproveitámos para informar que estamos disponíveis para equacionar outro tipo de ações, passatempos por exemplo, caso achem oportuno para o normal funcionamento do blogue.

Em caso de interesse, agradecemos a vossa resposta e, desde já, apresentámos a nossa disponibilidade para prestar qualquer tipo de esclarecimento adicional.

Gratos pela atenção dedicada.
Saudações Cordiais
--
Silvana Costa
Dep. Comunicação

Edita-Me, Editora, Lda.
E-M@il: Dep.Comunicacao@edita-me.pt
Tlm: 915 861 578
www: http://www.edita-me.pt
facebook: http://www.facebook.com/EditaMeEditora
blog: http://edita-me.blogspot.com

Imagem 16 – Exemplo de *e-mail* enviado para proposta de parcerias a blogues literários

Procurando explorar outras oportunidades de desenvolvimento do blogue, depois da conclusão do período de estágio, realizei uma procura *on-line* sobre artigos desta temática junto de comunidades[11] que estudam a área da comunicação. Fiquei surpreendida por haver mais referências aos métodos de promoção no Facebook do que em blogues.

Relativamente ao tipo de conteúdo a produzir acho que é mais fácil apontar alguns caminhos de desenvolvimento futuro, tais como:

- utilização do material disponível nas Revistas Edita-Me, revitalizando o material já editado e enfatizando a produção de qualidade dos autores da Editora;

[11] Uma das referências que achei bastante útil foi o blogue *Socialmouthes* (disponível no *link* <http://socialmouths.com/blog/>) que explora as diferentes formas de utilização dos novos media e tem uma comunidade ativa que vai discutindo os diferentes artigos em análise.

- convite à elaboração de artigos sobre livros e outros temas relevantes para a Editora por parte de *bloggers* com parcerias já feitas e;
- produção de textos recorrentes sobre as obras já editadas, promovendo a sua contínua divulgação.

2.2.3. Goodreads: criação do Clube de Leitores Edita-Me

A ideia de criação de uma conta na rede social Goodreads foi uma das propostas iniciais que serviu para instrumentalizar uma ambição da própria Edita-Me – a criação de um clube de leitores.

A presença nesta rede social dedicada aos livros tornou-se uma necessidade de acompanhamento das exigências dos leitores. Atualmente, grande parte da seleção de leituras de um indivíduo é feita pela recomendação direta de pessoas conhecidas e é precisamente nesse âmbito que o Goodreads funciona e disponibiliza uma série de ferramentas que facilitam esta sugestão, maioritariamente, através das redes sociais.

> No Goodreads (…), os utilizadores podem atribuír (sic) uma classificação (entre uma e cinco estrelas) aos livros, escrever uma crítica, criar "estantes virtuais" com os livros que já leram, os que estão a ler e os que querem ler, bem como seguir a actividade dos contactos que tiverem dentro do site. Isto é, podem ver o que os seus amigos naquela rede social andam a ler (em tempo real). O Goodreads faz ainda recomendações de livros a cada utilizador e disponibiliza ferramentas para autores promoverem os seus trabalhos.[12]

A criação de uma página própria que disponibilizasse somente os títulos das obras já editadas pela Editora, iria entrar em contradição com tudo o que já foi defendido neste relatório, por isso mesmo, optámos por usar a página Goodreads como "base *on-line*" para o início do Clube de Leitores Edita-Me. Como o meu conhecimento desta rede era muito superficial e tratando-se de uma tarefa ambiciosa, o Dr. Carlos Lopes providenciou uma reunião com uma autora da própria editora que tem uma presença muito frequente neste meio e que, por ser jovem, seria uma excelente representante do projeto.

Uma das principais conclusões dessa reunião foi a necessidade urgente de perceber as funcionalidades de que dispúnhamos e qual o método mais adequado para

[12] Excerto retirado da notícia *Amazon compra rede social de livros Goodreads*, disponível no *site* do jornal Público, através do *link* <http://www.publico.pt/cultura/noticia/amazon-compra-rede-social-de-livros-1589640>.

os nossos objetivos, sendo que o Clube de Leitores teria como sistema base de funcionamento a seleção de duas obras, uma com o selo da Edita-Me e outra selecionada pela editora ou proposta pelo público. Uma vez que estaria em causa a análise paralela de duas obras, foi também definido que uma obra seria de cariz poético e outra de cariz narrativo, promovendo uma maior variedade de discussão e, consequentemente, captando a atenção de mais leitores.

Com base nestes princípios, dei início à exploração do Goodreads. Comecei por criar uma conta própria para a Editora (Imagem 17) e por anexar todos os títulos já editados na mesma página, disponibilizando um histórico completo de todas as obras da Edita-Me. É importante referir que, para conseguir adicionar todos estes dados, tive de pedir uma autorização especial à equipa Goodreads, pois só as pessoas que possuem o estatuto de "bibliotecárias" podem criar páginas para novos livros (trata-se de uma política de controlo de qualidade do *site*). Esse contacto, onde expliquei que estava a criar uma página específica para uma editora, foi bem-sucedido, tendo obtido o acesso a todos os instrumentos de inclusão de novos livros.

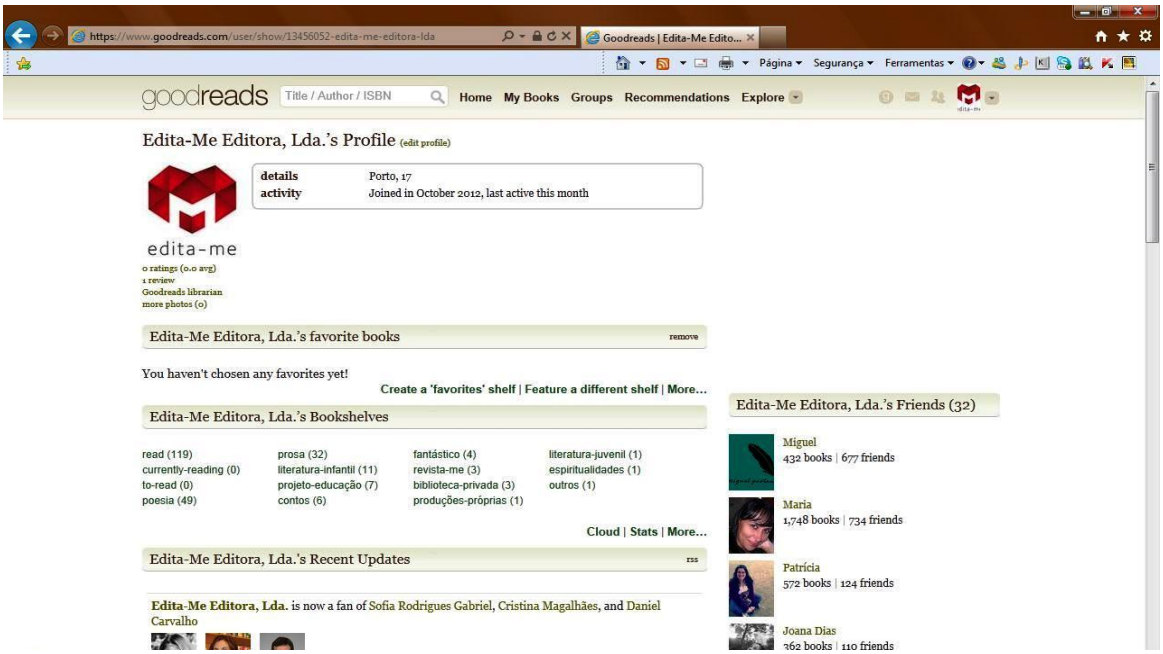


Imagem 17 – Página principal da Edita-Me na rede social Goodreads

Desse modo, cada obra ficou com uma página própria onde se inclui a sinopse, a ficha técnica e, sempre que disponível, a biografia do autor. Importa destacar que todos os títulos foram organizados no Goodreads com a mesma categorização que já existia no site da Editora, tal como é possível observar na coluna da esquerda da Imagem 18.

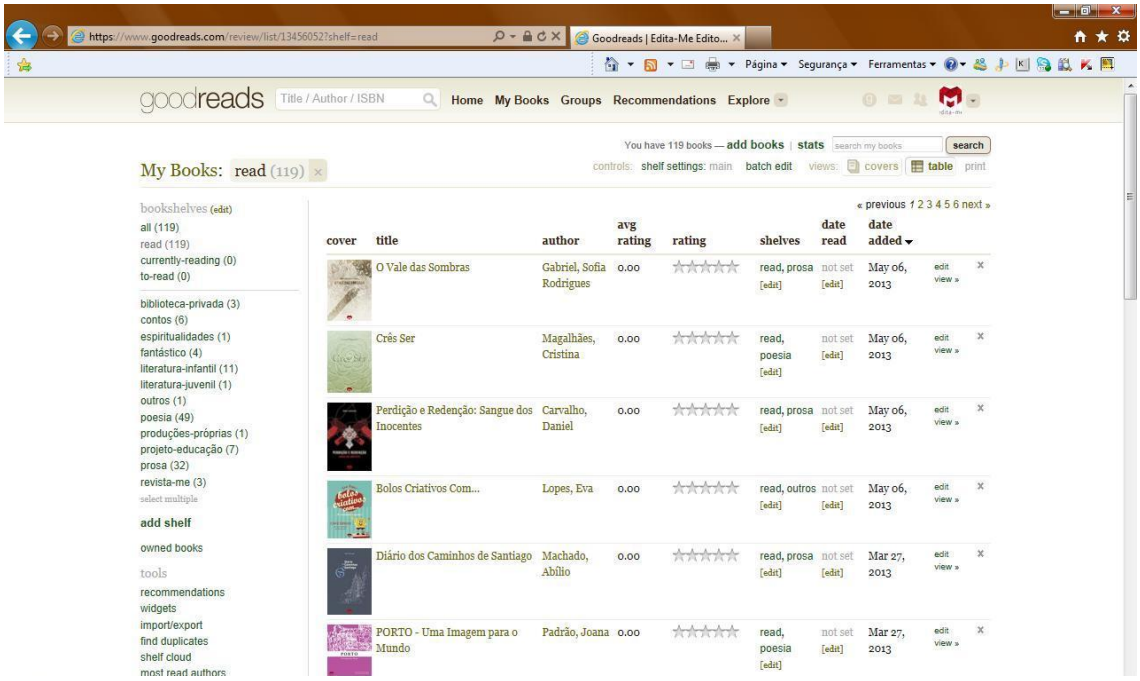


Imagem 18 – Página de exemplo de organização dos livros no Goodreads

Para a introdução de cada uma das fichas de livro do catálogo da Edita-Me consultei individualmente todas as informações disponíveis no *site*, tendo verificado algumas faltas de informações técnicas. De imediato, comecei a organizar um inventário (Anexo J) desses elementos em falta que enviei ao Dr. Carlos Lopes, procurando melhorar o uso do site institucional por parte dos leitores-visitantes.

O passo seguinte foi perceber como incluir um espaço próprio para o Clube de Leitores dentro desta página institucional, mantendo tudo relacionado. Surgiu assim a opção de criar um grupo a partir da página principal, o que permitiria utilizar as ferramentas já sistematizadas pelo Goodreads como os painéis de discussão (especialmente úteis para dividir as análises de dois livros simultaneamente) e a criação de eventos.

Para além de solucionar as questões técnicas, as minhas primeiras análises da rede também pretendiam analisar os clubes já existentes que fossem semelhantes a este projeto, com vista à delineação de um plano de comunicação que já tinha sido discutido em reunião. Em vez de concentrar a pesquisa na concorrência, optei por procurar oportunidades de divulgação do Clube da Edita-Me, isto é, contactos que poderiam estar interessados em participar na divulgação do Clube. Nesse seguimento estabeleci

contacto (Imagem 19) com a moderadora do Clube de Leitores em Português[13] (que à data tinha 387 membros), “medindo o pulso” à recetividade de um novo clube.

Ainda em português encontrei mais dois modelos de funcionamento de clube do livro:

- o Clube de Leitura do Jardim da Amoreira[14], interessante porque apesar de se organizar virtualmente, ainda mantém encontros físicos e;
- o Clube BlogRing[15], que tem como principal objetivo o empréstimo de livros.

https://www.goodreads.com/message/show/38659583

you said to Renata *Bluetulip*:
Olá Renata *Bluetulip*!

Oct 17, 2012
11:43pm
view | delete

Desde já permite-me que me desculpe por qualquer inconveniente que possa causar.

O meu nome é Silvana e neste momento sou estagiária numa editora portuguesa - a Edita-Me Editora, Lda [http://www.edita-me.pt/].

Uma das atividades que estou a desenvolver no âmbito do estágio é a inclusão da editora na comunidade Goodreads. Uma das nossa intenções é desenvolver um clube de leitura que dinamize o nosso catálogo, mas que também é aberto a livros de outras editoras.
Ora, ao desenvolver a pesquisa necessária para este trabalho, verifiquei que és moderadora/observadora de um clube de leitura, ou melhor, do Clube de Leitores em Português - uma referência para todas as pessoas que conheço.

Por esta razão te escrevo.
Gostava de saber um pouco mais sobre a tua experiência enquanto moderadora do Clube. Acreditas que há, de facto, vantagens em utilizar o Goodreads neste tipo de atividades.
E, já agora, estarias disponível para estabelecer algum tipo de parceria com a Edita-Me, nomeadamente, na divulgação do nosso clube junto dos membro do teu clube (???).
Permite-me que esclareça que não é nosso objetivo criar qualquer tipo de concorrência.
Queremos, apenas, criar mais um espaço para a partilha da leitura.

Fico na espectativa de conseguir uma resposta tua.
Seria um prazer imenso poder contar com o teu contributo, seja ele de que tipo for.

Um grande obrigada,
Silvana Costa

Imagem 19 – Primeiro contacto com a moderadora do Clube de Leitura em Português

A análise destes dois exemplos não foi aleatória, mas sim por se tratarem de modelos funcionais que propunham respostas para dúvidas levantadas na discussão dos contornos do Clube Edita-Me, designadamente, a eventual organização de encontros reais dos futuros membros, propiciando um contacto mais estreito entre a Editora e os leitores e a inclusão das Bibliotecas Edita-Me[16] na rede do projeto.

---

[13] Disponível no *link* <http://www.goodreads.com/group/show/67046-clube-de-leitores-em-portugu-s>.
[14]Disponível no *link* <http://www.goodreads.com/group/show/76460-clube-de-leitura-jardim-da-amoreira>.
[15] Disponível no *link* <http://www.goodreads.com/group/show/63526-clube-blogring>.
[16] O projeto Bibliotecas Edita-Me é uma ação que já existe na Editora desde junho de 2011, em que se disponibiliza, em determinados locais, a leitura de alguns exemplares por empréstimo.

A pesquisa em inglês aumentou exponencialmente o número de resultados para análise, mas destacou-se o Fiction Fanatics[17], por ter um funcionamento muito próximo ao idealizado para o Clube Edita-Me, por ter um número considerável de membros e pelo uso dinâmico que fazia dos painéis de discussão.

À medida que procurava respostas e analisava a rede, foram sendo definidos os detalhes do Clube de Leitores Edita-Me que seriam comunicados ao público-leitor (Anexo K).

Relativamente ao meu desempenho, cedo percebi que o tempo que tinha previsto demorar na realização destas tarefas iniciais, tinha sido uma meta difícil de alcançar. Não só pelo meu desconhecimento da rede, mas por dificuldades técnicas que fui encontrando durante os meses de outubro e novembro de 2012 e que me obrigaram a contactos com o sistema de apoio do Goodreads. Sei que também houve uma má gestão de tempo entre esta e as restantes tarefas e, consequentemente, o Clube não teve o devido (e esperado) desenvolvimento no período de estágio.

A análise inicial que efetuei para a concretização do Clube, atualmente, já não é tão pertinente, especialmente nas potencialidades que a rede social disponibiliza e disponibilizará. Para esta afirmação contribuiu a aquisição do Goodreads por parte da Amazon, uma alteração divulgada publicamente que suscitou variadíssimas discussões e que terá impacto na forma como os leitores utilizam a rede social. Mas mais importante que a necessidade de uma nova análise, realço esta alteração pelo impacto que teve na reflexão do meu desempenho. Tornou-se ainda mais óbvia a importância do fator tempo e a eficiente gestão do mesmo.

As perspetivas de desenvolvimento de uma ação são sempre baseadas numa análise da atualidade de cada área; contudo, hoje em dia, nada permanece igual por muito tempo, particularmente na área da tecnologia e da comunicação. Assim sendo, atrasar o arranque de um projeto pode pôr em causa trabalho já feito e até, os contornos do mesmo.

2.3. Projeto “Ler é Voar”

Uma das principais fontes de dedicação do meu tempo, durante o mês de dezembro de 2012, foi o projeto “Ler é Voar” que contou com a participação de dois centros de atividades pedagógicas.

[17] Disponível no *link* < http://www.goodreads.com/group/show/65746-fiction-fanatics>.

O objetivo era simples: dinamizar de uma forma criativa a promoção do livro infantil *Voar nas Asas do Sonho* de Patrice Pacheco, que tinha sido editado em maio de 2012. Para isso, selecionei um grupo de centros de atividades pedagógicas/centros de estudo a que enviei um convite de parceria para o período de férias de natal do ano letivo 2012/2013 (Anexo L).

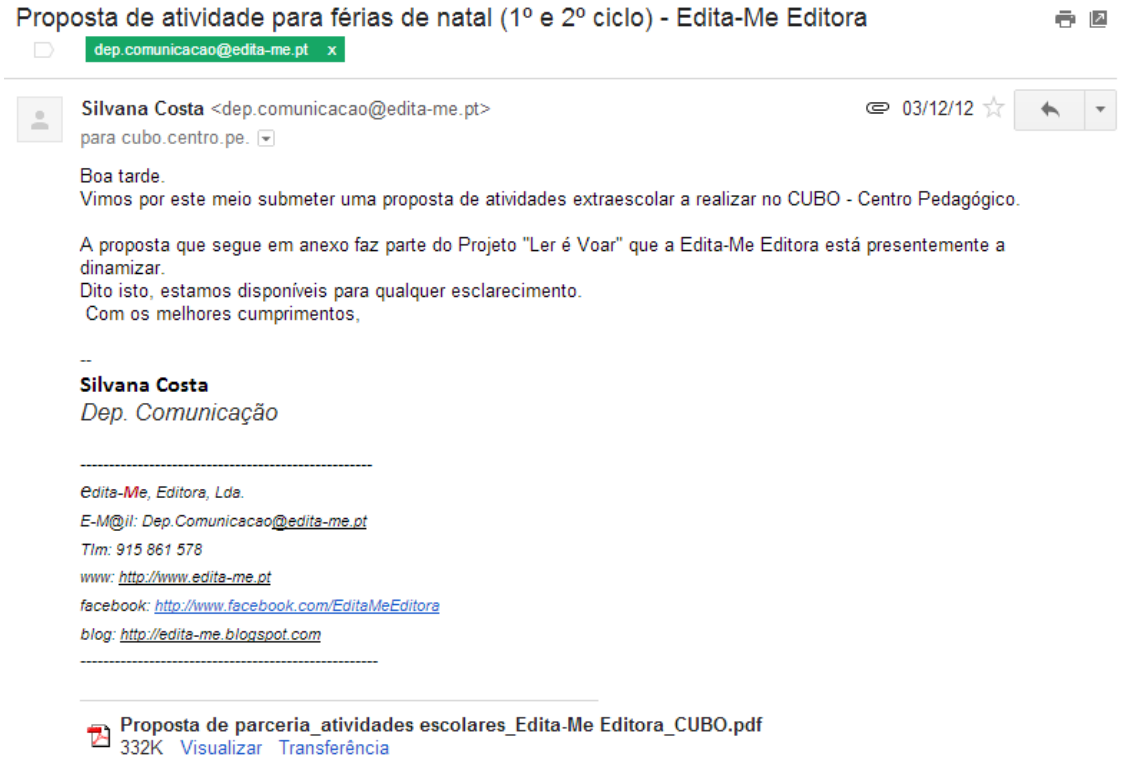
O facto de a proposta contemplar este livro de forma objetiva era baseado na dualidade da obra que se apresenta sob um tipologia narrativa e dramática. Assim, o livro já se configurava como um instrumento de trabalho pronto a ser aplicado e, por essa razão, foi sugerida a dramatização da peça em cada um dos centros, dando um mote para as tradicionais festas de natal que este tipo de organizações prepara para o encerramento do primeiro período. A somar a este argumento foi igualmente importante o teor da história que acompanha uma menina que aceita embarcar numa viagem mágica pelo mundo das artes. Desse modo, a história oferecia uma alternativa igualmente formativa e "inspiradora" às histórias natalinas. Contudo, esta ideia era apenas uma sugestão e, por isso, competia a cada centro moldar a abordagem do livro às suas capacidades e recursos.

Após a delineação da proposta formal, iniciei a seleção dos centros (Anexo M) mediante a sua localização geográfica mais favorável para a minha eventual deslocação e a análise das suas instalações através dos respetivos *sites* e da página do Facebook, quando existia. Dos treze contactos (Imagem 20) apontados, apenas dois estabeleceram parceria.

Da resposta obtida dos centros Os Sabichões e Caneta & Papel foram agendadas reuniões com os responsáveis para esclarecimento de dúvidas e apresentação da obra. O plano de trabalho escolhido pelos dois locais foi o proposto pela Editora, mostrando desde logo apreciação pela ideia exposta e interesse em receber a autora nas instalações no dia da peça de teatro. Esta intenção, também já assinalada na proposta, foi de imediato programada com a autora, assegurando a presença da mesma nas festas que, coincidentemente, aconteceram no mesmo dia. O encontro também serviu para perceber se os centros tinham, efetivamente, condições e se precisariam de algum acompanhamento na preparação da atividade.

No caso do centro Caneta & Papel, foi combinado que as professoras responsáveis pela disciplina de língua portuguesa iriam fazer uma leitura conjunta com os alunos interessados em participar e, a partir daí, seriam atribuídos os devidos papéis. Com a leitura da obra e a preparação da peça, seria explorado o conteúdo para que os alunos reconhecessem a mensagem positiva que a história pretende transmitir.

Paralelamente, os alunos iriam participar na produção do cenário e de alguns elementos evocativos das ilustrações presentes no livro.



Proposta de atividade para férias de natal (1º e 2º ciclo) - Edita-Me Editora

dep.comunicacao@edita-me.pt x

Silvana Costa <dep.comunicacao@edita-me.pt> 03/12/12

para cubo.centro.pe.

Boa tarde.
Vimos por este meio submeter uma proposta de atividades extraescolar a realizar no CUBO - Centro Pedagógico.

A proposta que segue em anexo faz parte do Projeto "Ler é Voar" que a Edita-Me Editora está presentemente a dinamizar.
Dito isto, estamos disponíveis para qualquer esclarecimento.
Com os melhores cumprimentos,

--
Silvana Costa
Dep. Comunicação

---
edita-Me, Editora, Lda.
E-M@il: Dep.Comunicacao@edita-me.pt
Tlm: 915 861 578
www: http://www.edita-me.pt
facebook: http://www.facebook.com/EditaMeEditora
blog: http://edita-me.blogspot.com

Proposta de parceria_atividades escolares_Edita-Me Editora_CUBO.pdf
332K Visualizar Transferência

Imagem 20 – Exemplo de *e-mail* enviado com proposta de parceria a centros de actividades pedagógicas

Já no centro Os Sabichões, foi colocado um desafio diferente. Como o número de professores disponíveis para explorar a obra com os alunos era menor, a responsável perguntou se não seria possível levar um contador de histórias para fazer uma primeira leitura de apresentação às crianças. Achei curiosos os factos utilizados para argumentar o pedido. Como os alunos que frequentam o centro são, na sua maioria, de famílias carenciadas, a responsável pretendia criar um ambiente de leitura diferente a que por norma não têm acesso, e, a ideia de uma pessoa estranha ao centro poderia ser um fator captador de atenção na hora de apresentação da história.

De imediato reconheci o valor da ideia e ainda ponderei fazer algo semelhante no outro centro em parceria, contudo, esse já tinha um plano de atividades pedagógicas que dificultava o agendamento da ação.

Por outro lado, esta proposta implicava conseguir um contador de histórias, o que até à data não tinha sido contemplado, suscitando um problema. Para o resolver contactei o Dr. Carlos Lopes na expectativa de existir algum contacto na Edita-Me que

facilitasse tal processo, mas isso implicaria custos imprevistos. Tentando encontrar uma nova alternativa, recorri aos meus contactos pessoais, mais concretamente, a alguém que já possuía experiência de teatro, gosto por este tipo de atividade e que, sendo jovem, poderia criar uma empatia com os alunos no curto espaço de tempo previsto para a leitura da história.

Com esta hipótese aprovada pela Editora, realizei o convite (que foi aceite) e expliquei a ideia da atividade e quais os objetivos com a leitura da história procurando esclarecer a pessoa convidada dos contornos do projeto. Foram ainda pensados alguns jogos, relacionados com a história em causa, a fazer depois de concluída a leitura.

Para além destes contactos tive ainda a oportunidade de me deslocar aos centros para deixar alguns exemplares das obras, na eventualidade dos alunos quererem adquirir a obra, aproveitando para verificar a evolução dos trabalhos e, mais uma vez, mostrar a disponibilidade e apoio da Edita-Me.

No dia das festas, marcadas para o final da tarde, procedi a um contacto telefónico com os dois locais a fim de confirmar que tudo estava pronto e se seria necessário resolver algum imprevisto, o que não se verificou nas respostas que obtive.

A primeira festa foi no centro Caneta & Papel, onde à hora combinada, recebi a autora e o Dr. Carlos Lopes. Tivemos a oportunidade de assistir à peça e às restantes atividades preparadas pelos alunos. Apesar de a história ter sido adaptada às condições do centro e, dos naturais, esquecimentos do texto, a experiência pareceu bem-sucedida.

Já no segundo centro, para onde nos deslocámos a seguir, as coisas não correram de igual forma. Ao chegar primeiro que os restantes elementos da Editora, fui confrontada com a não preparação para a representação da peça, visto a criança responsável pelo papel principal ter sido hospitalizada à última da hora e não terem sido feitos planos secundários alternativos. Enquanto organizadora da atividade, que teve todo o apoio e confiança da Editora, e ainda que fugisse do meu controlo, este momento foi muito desagradável. Todavia, a autora e o Dr. Carlos Lopes revelaram toda a sua simpatia e compreensão e acederam a assistir a algumas das outras atividades preparadas.

Posteriormente, regressei aos centros para recolher os livros que não foram vendidos e para agradecer pessoalmente a participação dos responsáveis.

Realizar uma avalização desta atividade não é fácil, pois, acima de tudo, tratou-se de uma experiência. A venda de exemplares nunca foi o objetivo principal, aliás era clara a possibilidade de tal não acontecer, mas, por outro lado, creio que ter dado tanta liberdade aos centros para desenvolverem o que quisessem também não foi a melhor

opção, apesar de ter sido intencional. Uma proposta com poucas limitações potenciava uma maior “margem de manobra”, especialmente quando não se conhecia o tipo de trabalho feito pelos centros que viabilizassem o projeto. Creio que uma nova ação desta natureza, só faria sentido com um maior poder de atuação da Editora no contexto dos centros, assegurando uma maior exploração da história.

2.4. Manter/estabelecer parcerias

Para além das iniciativas de contactos descritas nos pontos anteriores, procurei desenvolver outras oportunidades de projetos que pudessem viabilizar a promoção do nome da Edita-Me junto de novos públicos-alvo. Uma dessas tentativas resultou da análise dos órgãos de comunicação impressos, nomeadamente, da *Visão Júnior*. Pensada para o público infantil, dedica várias páginas à divulgação literária, seja pela apresentação de livros e dinamização de sorteios, seja por entrevistas a autores realizadas por crianças. Neste sentido, destinei uma comunicação aos responsáveis da revista (Anexo N), apresentando toda a disponibilidade da Editora em colaborar neste tipo de atividades ou noutras que pudessem ser de interesse e benefício para as duas partes. Infelizmente, não recebi qualquer resposta a este contacto, apesar de ter persistido e tentado novamente.

A segunda iniciativa, prevista no cronograma inicial, foi a sugestão da “Hora do Conto” (Anexo O) a bibliotecas municipais e escolares (Anexo P) que também não obteve resposta por parte dos destinatários. A ideia assentava na possibilidade de um autor de obras infantis, se dirigir a uma das bibliotecas e fazer uma leitura para as crianças que estivessem disponíveis, seguindo-se um momento de contacto mais direto entre o autor e os ouvintes. Apesar desta pretensão global a longo prazo, a proposta enviada também especificava a obra de Patrice Pacheco como primeira sugestão para iniciar a eventual parceria.

A impossibilidade de concretização destas atividades por falta de resposta dos seus destinatários revelou-se um fator de frustração mas, simultaneamente, de aprendizagem. Por um lado, percebi que por muito favoráveis que os projetos possam ser para todos os envolvidos, nem sempre é real a sua viabilização, pois isso envolve custos de mão-de-obra para a organização logística e, por outro, os programas das instituições abordadas podem não contemplar a inclusão de novos projetos. Devo acrescentar, ainda, que os contactos via *e-mail* nem sempre são bem sucedidos, continuando a ser

importante procurar um contacto mais direto (via telefone, por exemplo) para divulgar a nossa mensagem e disponibilidade.

2.5. Biografia de autores e Google Books

Para além das atividades descritas até o momento, e em que se contemplou a melhor ou pior execução das mesmas, falta referir duas tarefas que, apesar de estarem referidas no cronograma de trabalho, não foram desenvolvidas. A primeira prende-se com a preparação de biografias mais completas dos autores da Edita-me, para posterior uso na página *web* e eventual publicação na Wikipédia, promovendo uma maior disseminação de informação relacionada com a Edita-Me. Porém, este projeto foi suspenso dada a dificuldade que o Dr. Carlos Lopes sempre verificou em conseguir que os autores cedessem informação pessoal, na realidade, há muitos autores que pretendem manter-se no anonimato e, por isso, conseguir criar um questionário que fosse comum a todos os autores e obter uma resposta significativa ao mesmo, seria muito improvável. Por outro lado, e ainda antes de me dedicar a esta tarefa, o Dr. Carlos Lopes procurou criar uma página dedicada à apresentação da Edita-Me na Wikipédia, mas tal não foi aceite, por não ter relevância significativa, excluindo totalmente a intenção inicial de conseguir incluir a informação dos autores. Posteriormente, eu voltei a tentar a mesma ação e a resposta manteve-se a mesma.

Já a inclusão da exploração da ferramenta do Google Books no cronograma, foi feita com base na minha expectativa de conseguir promover as obras da Edita-Me junto do maior motor de busca, contudo, a inserção de novos títulos nesta biblioteca *on-line* é feita pelo próprio Google através de grandes lojas de venda *on-line* de livros e, desse modo, seria inviável utilizar esta ferramenta como uma estratégia útil de divulgação das obras da Editora.

Conclusão

Tal como tive a oportunidade de referir na Introdução do relatório, a opção de realizar um estágio curricular prendia-se com o reconhecimento da sua importância para o desenvolvimento de competências profissionais, com o intuito de enriquecer o meu *curriculum* e, mais importante, de aumentar o meu conhecimento da área editorial de um ponto de vista real e mais prático do que é permitido nas aulas teóricas definidas no programa do Mestrado. Todavia, os frutos desta experiência ultrapassam, em muito, estes dois aspetos e posso afirmar que, para além do conhecimento formal que adquiri relativamente à prática de uma função profissional, também desenvolvi competências ao nível pessoal que têm um impacto direto na forma como encaro a Edição e as exigências que derivam das suas especificidades.

Quando assumi as funções de estagiária no Departamento de Comunicação da Edita-Me Editora, acreditava estar preparada para desenvolver o trabalho de forma segura e bem-sucedida, mas tal não aconteceu, pois a minha conceção de comunicação e do tipo de atividades que poderiam ser desenvolvidas era, de facto, muito reduzida. Realço que não faço esta afirmação com um sentido negativo, muito pelo contrário; foi esta impreparação que me alertou para a necessidade de estar mais atenta, de refletir mais e, até, de criticar mais, especialmente no que se refere ao meu trabalho e ao meu real contributo para a organização que me recebeu.

Era um objetivo pessoal conseguir estabelecer uma relação que fosse verdadeiramente bilateral entre mim e a Editora (fazendo jus à responsabilidade e confiança depositadas em mim), isto no que diz respeito ao trabalho desenvolvido de forma eficiente e eficaz, por outras palavras, pretendia contribuir de forma significativa para a atividade da Editora, tal como essa entidade estava a contribuir para a minha formação académica e profissional; mas esta intenção foi ambiciosa (de mais) e rapidamente percebi que todo o conhecimento adquirido através da Edita-Me, e especificamente do Dr. Carlos Lopes, seria impossível de igualar e, por essa razão, a avaliação do meu contributo talvez seja modesta, porém, não espelha o quanto aprendi em todo este processo.

Por tudo isto, enquadro a avaliação do meu trabalho em dois sentidos: o primeiro, em que pondero a minha ação nos projetos da Editora e, o segundo, em que aprecio a valorização pessoal que esta experiência acarretou.

No primeiro, acredito que apesar das dificuldades sentidas e relatadas, concretizei ações que promoveram o nome da Editora, ainda que sem um resultado significativo em

vendas, contudo (e saliento) esta expectativa nunca foi um dos requisitos da orientação do Dr. Carlos Lopes, mas na eventualidade de acontecerem, seriam uma mais-valia. Assim, a análise da minha intervenção é feita de forma qualitativa, à exceção do trabalho realizado na rede social Facebook, no qual é possível apontar objetivos e resultados estatísticos. Todavia, creio que o trabalho feito é igualmente importante e foi realizado com a permanente consciência da importância do rigor e qualidade do que se faz em representação de uma entidade. Para tal, contribuiu, acima de tudo, a possibilidade de contactar com profissionais que se empenham totalmente no que fazem, e para os quais não há projetos menores ou com menos importância, bem pelo contrário, todas as opções são fundamentais para conseguir um todo global homogéneo e representativo da qualidade do trabalho que se desenvolve. Esta ideologia, tão presente na Edita-Me, é pauta essencial para conseguir uma presença duradoura e positiva no mercado de atividade editorial que, por norma, é de difícil conquista já que a concorrência é muita e o espaço de exposição disponível para editoras mais pequenas é reduzido e com custos elevados de mais para a estrutura de custos que suporta essas entidades. Consequentemente, a comunicação apresenta-se como uma ferramenta de trabalho capaz de ultrapassar alguns desses problemas de falta de visibilidade e, quando bem realizada e conseguida, pode promover novas formas de venda e, até, de desenvolvimento de novos projetos. Esta possibilidade foi uma das grandes conclusões que retirei, especialmente por ter trabalhado sem o objetivo primário de vendas (nunca ignorando a sua extrema importância) mas sim, com a pretensão de contribuir para o processo de construção da imagem de marca da Edita-Me Editora, Lda.

A segunda conclusão que retiro, deriva da metodologia que segui na realização das tarefas, mais concretamente, as que procuravam o estabelecimento de parcerias. No que diz respeito ao contacto com pessoas que possuem blogues, páginas *web* e contas em redes sociais que promovem a divulgação literária, este é, maioritariamente, fácil e positivo, pois eles também beneficiam com a colaboração direta com editoras. Por outro lado, o acesso a instituições com as quais se deseja estabelecer uma parceria e aos órgãos de comunicação impressa em que se almeja conseguir uma referência a um determinado livro não é fácil e apesar de todos os benefícios das novas tecnologias, continua a ser importante estabelecer um contacto mais pessoal, por telefone, por exemplo, na expectativa de conseguir efetivar as pretensões em causa.

Paralelamente, ponderando o valor das novas redes sociais, é um facto que estas ferramentas permitem um maior acesso direto ao público, porém, a comunicação não se pode limitar a uma presença estática nesses pontos virtuais, mas equacionar as

exigências que o público vai fazendo. Saliento que, apesar de propositado, o uso da palavra exigência não é feito no significado mais imediato da palavra, mas sim, como realce da importância que o público com que se contacta adquire. Com as redes sociais, é possível testar o tipo de informação/conteúdo que mais interesse tem para o nosso público-alvo e não devemos refletir apenas quando obtemos um *feedback* real mas, também, quando não há uma resposta significativa de forma contínua, pois tal poderá significar um não interesse pelo que está a ser divulgado/comunicado, ou seja, a estratégia de comunicação em uso não é a indicada.

A avaliação do tipo de redes sociais e as respetivas funcionalidades são mais um elemento a ter em conta nesta reflexão. Dada a acelerada capacidade de mutação destes instrumentos, é importante ser adaptável às novas condicionantes de trabalho e integrá-las rapidamente no plano de comunicação em prática, não correndo o risco de passar o tempo útil de concretização de projetos e objetivos.

Relativamente ao desenvolvimento de competências ao nível pessoal, o processo de estágio foi ainda mais recompensador. Tive a oportunidade de desenvolver tarefas que me alertaram para faltas na minha metodologia de trabalho e que são fundamentais para uma boa adaptação a um qualquer contexto profissional, e especialmente, o contexto editorial, que pela sua natureza, obriga a uma gestão de tempo mais eficiente e flexível, sendo capaz de abarcar imprevistos, muito normais, ao longo da cadeia de edição de um livro.

Dado o ambiente de confiança que a Edita-Me imprime na relação com os seus colaboradores, sinto que explorei, igualmente, a minha capacidade de desenvolver projetos de forma mais independente e dinâmica, competências importantes em qualquer âmbito profissional.

Por fim, também a redação deste relatório se mostrou parte importante desta experiência, pois promoveu a reflexão do que foi feito, a clarificação do que de facto aprendi e estimulou a procura de mais informação na tentativa de colmatar as faltas que persistiram. Deste modo, a autoavaliação do meu período de estágio não se limitou ao cumprimento do período estipulado e à verificação da realização ou não dos objetivos previstos, mas também, à forma como encarei toda a experiência e o seu impacto no percurso formativo do Mestrado.

Bibliografia principal

AFONSO, C.; BORGES, L. 2013. *Social Target – Da estratégia à implementação.* Top Books.

ADOLPHO, C. 2012. *Os 8 P`s do marketing digital o guia estratégico do marketing digital*. Texto Editores.

BAPTISTA, S. Junho 2013. 'Let`s get digital' in Revista *Marketeer – Estratégia, Marketing e Negócios*, nrº 203.

BLANCO, J. 2004. *The complete guide to book publicity*. Allworth Press – New York. (Second Edition).

COLE, D. 2003. *The complete guide to book marketing*. Allworth Press – New York. (Revised Edition).

DANIELS, M. (2012), «Do Sales Rise as Discoverability Cost Increase?», Brave New World Blog. Disponível em: <http://bookseller-association.blogspot.pt/2012/10/do-sales-rise-as-discoverability-cost.html>, último acesso a 1/05/2013.

DANIELS, M. (2013), «Rethinking Marketing and Discoverability for Today», Brave New World Blog. Disponível em: <http://bookseller-association.blogspot.pt/2013/08/rethinking-marketing-and.html>, último acesso a 10/08/2013.

FLORÊNCIO, R. Junho 2013. 'O trabalho dos marketeers' in Revista *Marketeer – Estratégia, Marketing e Negócios*, nrº 203.

LOPES, C. (2011), «Introdução à revista-me», Revista-me, p. 2. Disponível em: <http://issuu.com/edita-me/docs/revistame_01>, último acesso a 20/11/2011.

MARTINS, J. (1999), *Marketing do livro – Materiais para uma sociologia do editor poruguês*. Oeiras: Celta Editora.

_____ (2007), Livros: difícil é vendê-los, in: FERREIRA, A.; PEREIRA, M. (cord.), *Ofícios do Livro*, Aveiro: Universidade de Aveiro, p. 41-59.

O`LEARY, S. (2013), «Bookstore Marketing Promotions Spread Across Europe», Publishing Perspectives Blog. Disponível em: <http://publishingperspectives.com/2013/09/bookstore-marketing-promotions-spread-across-europe>, último acesso a 11/09/2013.

PEREIRA, D. (2013), 'Prefácio' in Afonso & Borges, *Social Target – Da estratégia à implementação.* Top Books.

PINHO, N. (2010, Março), «Marketing do livro, ou as histórias que contamos sobre os nossos próprios livros», Publishing Magazine, p. 14. Disponível em: <http://www.booktailors.com/files/bmag_01.pdf>, último acesso a 28/12/2011.

SHARKOV, D. (2013), «5 Facebook Fan Page Problems and How to Fix Them», Socialmouths Blog. Disponível em: <http://socialmouths.com/blog/2013/04/11/5-facebook-fan-page-problems-and-how-to-fix-them/>, último acesso a 7/04/2013.

SEABRA LOPES, N. (2009, Junho), «O novo mundo do livro», Booktailors Publishing Magazine, p. 18. Disponível em: <http://www.booktailors.com/files/bmag_01.pdf>, último acesso a 29/12/2011.

TAYLOR, E. (2013), «Facebook Marketing Tactics for Book and Media Businesses», Publishing Perspectives Blog. Disponível em: <http://publishingperspectives.com/2013/09facebook-marketing-tactics-for-book-and-media-businesses/>, último acesso a 11/09/2013.

Anexos

Anexo A

CRONOGRAMA DE TRABALHO
ESTÁGIO NA EDITA-ME EDITORA, 2012/2013

Objetivos gerais:

- Dinamizar o departamento de comunicação da Edita-Me Editora;
- Divulgar o nome e o trabalho da Editora ao público em geral;
- Apresentar a Edita-Me como uma instituição com relevância social/cultural.

Objetivos específicos:

- Redefinir o papel das redes sociais na comunicação da Edita-Me e aumentar a interação com o público digital;
- Categorização da imprensa para exponenciar os recursos utilizados;
- Manutenção/Estabelecimento de parcerias;
- Investigar novas oportunidades de comunicação para a Editora.

	SETEMBRO		
	Atividades permanentes	***Atividades a iniciar e desenvolver***	***Objetivos***
Semana 1 3-9		- Definir o programa de atividades a desenvolver no período de estágio - Analisar as atividades que podem ser desenvolvidas no âmbito do Facebook e estruturar um cronograma base para a sua utilização na comunicação da Editora	Planificação do trabalho a realizar.
Semana 2 10-16	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook	- Início do processo de análise dos órgãos de comunicação para a categorização de contatos a utilizar na divulgação dos livros	-Rentabilizar os contactos realizados na fase de comunicação de novos livros
Semana 3 17-23	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Continuação do processo de análise dos órgãos de comunicação para a categorização de contatos a utilizar na divulgação dos livros - Apresentação do primeiro plano de categorização efetuada -Seleção dos principais Sites/Blogues para o estabelecimento de parcerias *online*	-Fomentar a concretização de novas parcerias *online*.
Semana 4 24-30	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Redação de uma “carta de apresentação” aos parceiros pretendidos, mostrando a disponibilidade para parcerias -Análise das funcionalidades do Google Books para a eventual integração na estratégia de comunicação -Criação de uma página “Edita-Me Editora” no Goodreads.	-Inclusão da Editora numa rede social com um público, globalmente, mais jovem.

	OUTUBRO		
	Atividades permanentes	***Atividades a iniciar e desenvolver***	***Objetivos***
Semana 5 1-7	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	- Continuação da configuração da página da Edita-Me no Goodreads -Preparação de uma *newsletter* a comunicar -Realização de um modelo de biografia para ser enviado aos autores da Edita-Me para, posteriormente, servir de complemento de informação junto das redes sociais/Internet - Envio do modelo de biografia aos autores da Edita-Me para o devido preenchimento -Iniciar o "Clube de Leitores" (preparar as funcionalidades da plataforma escolhida). -Preparação de uma *newsletter* a comunicar	-Inclusão da Editora numa rede social com um público, globalmente, mais jovem. -Criar um portfólio de informação sobre os autores, disponível para as várias redes sociais. -Criar uma "comunidade" de amigos da Editora, que resgata obras já editadas, e potencia o sucesso no lançamento de novos títulos.
Semana 6 8-14	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Configuração das linhas gerais de funcionamento do Clube de Leitores. - Redação de uma "carta de apresentação" à Visão Júnior, apresentando a Edita-Me enquanto Editora com trabalho desenvolvido na área da educação, apresentando a disponibilidade para parcerias em reportagens e passatempos -Realização de um levantamento de organizações/escolas a apresentar a Editora e a disponibilidade para parcerias. -Seleção de 2/3 jornais escolares (nível secundário) para eventual colaboração com o Clube de Leitores	-Divulgar o "Projeto Educação" da Edita-Me enquanto mais-valia e elemento diferenciador de outras Editoras. -Potenciar parcerias diretas junto dos públicos-alvo das obras utilizadas

Semana 7 15-21	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	- Atualização da categorização da imprensa -Preparação de uma “carta de apresentação” do projeto relacionado com o livro “Voar nas asas do sonho” para posterior apresentação junto de bibliotecas e centros de estudo/atividades pedagógicas -Análise das respostas recebidas ao pedido de dados biográficos dos autores.	-Potenciar parcerias diretas junto de públicos-alvo das obras utilizadas
Semana 8 22-28	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Envio da carta de apresentação do projeto “Voar nas asas do sonho” às organizações escolhidas para o estabelecimento de parcerias	
Semana 9 29-4	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Avaliação das respostas recebidas para a concretização do projeto em tempo de férias escolares e eventual contacto direto para esclarecimentos	

	NOVEMBRO		
	Atividades permanentes	***Atividade a iniciar e desenvolver***	***Objetivos***
Semana 10 5-11	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Conceção do projeto “Hora do conto” destinado a bibliotecas municipais e escolares - Levantamento de instituições para a sua realização -Publicação das primeiras páginas de autor na Wikipédia e no Goodreads	-Potenciar parcerias diretas junto de públicos-alvo das obras utilizadas.
Semana 11 12-18	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Envio da carta de apresentação do projeto “Hora do Conto” às organizações escolhidas para o estabelecimento de parcerias	
Semana 12 19-25	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Análise da evolução do projeto Clube de Leitores e planificação de um evento promocional.	
Semana 13 26-2	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook, Goodreads e Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Avaliação das respostas recebidas para a concretização do projeto “Hora do Conto” e eventual contacto direto para esclarecimentos.	

	DEZEMBRO		
	Atividades permanentes	***Atividades a iniciar e desenvolver***	***Objetivos***
Semana 14 3-9	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads/Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Acompanhamento das atividades relacionadas com os projetos “Voar nas Asas do Sonho” e “Hora do conto”	
Semana 15 10-16	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads/Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Acompanhamento das atividades relacionadas com os projetos “Voar nas Asas do Sonho” e “Hora do conto”	
Semana 16 17-23	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads/Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Acompanhamento das atividades relacionadas com os projetos “Voar nas Asas do Sonho” e “Hora do conto”	
Semana 17 24-30	- Clipping - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads/Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Acompanhamento das atividades relacionadas com os projetos “Voar nas Asas do Sonho” e “Hora do conto”	

	JANEIRO		
	Atividades permanentes	***Atividade a iniciar e desenvolver***	***Objetivos***
Semana 18 31-6	- Clipping; - Acompanhamento da atividade do Facebook e Goodreads/Clube de Leitores - Análise dos concursos em aberto e respetiva comunicação aos autores da Editora	-Preparação de uma carta a agradecer as parcerias estabelecidas. - Atualização final da categorização da imprensa. - Término das atividades pendentes.	-Conclusão de tarefas e respetiva avaliação/reflexão das atividades realizadas.

Anexo B

edita-me

Condições e Princípios Gerais de Edição ano 2013

Na Edita-me há um princípio basilar que pauta todos os processos de edição:

A obra pertence ao autor!

Dentro deste princípio, todo o processo é acompanhado e validado pelo autor, sendo que pertence sempre a ele a palavra final, sobre todo e qualquer aspeto, respeitante à produção do livro.

1. **Contrato de Edição**
   O processo de edição tem início, após aprovação por parte do Dep. Editorial da obra proposta e do acordo das condições editoriais por parte do autor, após o que é assinado um *"Contrato de Edição"* entre as partes. Esse contrato serve, quer para validar e regular a relação entre o autor e a editora, quer como suporte ao pedido de registo da obra e aprovação do título para a mesma (caso o autor ainda não o tenha efetuado) pela *IGAC – Inspeção de Atividades Culturais*, entidade que regula e assegura a autenticidade das obras, bem como garante as ações anti-fraude.

2. **Entrega de originais finalizados**
   A obra, bem como todos os restantes dados acessórios relativos à mesma (foto, biografia, bibliografia do autor, prefácio, dedicatórias, agradecimentos e outros) deverão ser entregues na editora, com uma antecedência mínima de 2 meses, relativa à data prevista para lançamento da obra.

3. **Revisão da obra e design do livro**
   Após aprovação pela IGAC, tem início a revisão da obra e a composição do aspeto gráfico da mesma, sendo apresentada uma proposta de frente de capa por parte da equipa de design da editora.
   A aprovação das provas finais por parte do autor, terá de ocorrer obrigatoriamente por escrito, sendo que a definitiva, terá de ter lugar com um mínimo de 3 semanas antes da data prevista para o lançamento.

4. **Seleção de materiais**
   A seleção dos materiais no qual a obra irá ser editada, é da inteira escolha do autor, podendo este optar por uma das opções apresentadas pela editora. Para tal, terá à sua disposição uma série de exemplos (obras já editadas) para poder selecionar.

5. **Preço de Venda ao Público e Direitos de Autor**
   Mediante o tipo de materiais escolhidos, dimensão da obra, tipo de acabamento, etc., é apurado o preço de custo de produção unitária de cada livro.
   Estando este custo apurado, são estabelecidos a tiragem e o preço de venda, sendo a margem daí remanescente dividida de forma igualitária entre a editora e o autor, no pressuposto que deve sempre ser observado um mínimo de 10% sobre o preço de capa, para cada uma das partes.

6. **Lançamento da obra**
   A editora é responsável por uma sessão de lançamento da obra e (caso se justifique) uma sessão de apresentação da mesma, noutro local. Os locais onde decorrerão esses eventos,

Edita-Me, Editora, Lda.
Rua Barata Feyo, 140 – Sala 1.10 • 4250-076 PORTO • Phone: +351.965.393.431 • E-mail:geral@edita-me.pt • www.edita-me.pt

serão definidos de acordo com a editora e o autor, com os pré-requisitos de serem locais onde a editora possa efetuar a venda direta dos livros e um deles seja no grande Porto. O espaço temporal entre os dois eventos, não deverá ser superior a 2 semanas, sendo que preferencialmente deverão ocorrer com um intervalo de 1 semana.

7. **Divulgação dos eventos**
A editora, fará a divulgação e promoção dos eventos, através dos meios que lhe são habituais: newsletter, facebook, blog da editora e comunicação à imprensa, para o que produzirá um convite eletrónico e uma *press release*. Os convites físicos que forem aferidos como necessários, serão produzidos pela editora para distribuição do próprio autor.

8. **Vendas diretas de livros**
Entre a editora e o autor, é estabelecida uma quantidade mínima de venda de exemplares a assegurar no evento de lançamento. Após este, é apurada a quantidade de exemplares vendida e entregue de imediato ao autor o valor referente aos direitos de autor relativos a essas vendas. Caso não se tenha atingido a referida quantidade, o autor deverá adquirir à editora, a preço de venda de autor (Preço de Venda ao Público deduzido dos Direitos de autor) a quantidade remanescente, sendo-lhe os exemplares entregues no ato.
Por uma questão de compromisso, com a assinatura do contrato, o autor deverá entregar à editora um cheque-caução no valor correspondente à quantidade a assegurar, a preço de venda de autor, com data do dia seguinte à estipulada para o lançamento. Esse mesmo cheque, ser-lhe-á devolvido no momento em que forem fechadas as contas, com a liquidação total da fatura correspondente.

9. **Vendas em circuito comercial**
Após o acerto de contas concretizado, a obra entrará em circuito comercial, sendo distribuída pelas livrarias por todo o país, com as quais a editora tem acordo e cuja lista poderá ser encontrada no site da editora.
A editora poderá analisar pedidos dos autores, no sentido de colocar as obras em algum ponto de venda específico, mas sempre sujeito a um possível acordo entre a editora e o ponto de venda em questão, salvaguardando a editora o direito de não o fazer.

10. **Comunicações de vendas, respetivos apuros e pagamentos aos autores**
No mês seguinte ao final de cada trimestre, a editora enviará uma listagem detalhada das vendas ocorridas das obras, com quantidades descriminadas por local de venda, efetuando a respetiva liquidação dos Direitos de Autor nesses momentos.
Após a quantidade mínima e até que o volume de vendas atinja 60% do total da edição, os Direitos de Autor serão pagos com exemplares da obra.

11. **Exemplares para promoção e Direitos de Autor**
Dos exemplares utilizados para promoção e crítica literária da obra, não haverá lugar a pagamento de Direitos de Autor.

12. **Patrocínios**
Qualquer patrocínio conseguido, reverte inteiramente a favor do autor, materializando-se em livros.

Numa primeira fase é utilizado para a cobertura da quantidade mínima. Após esta estar atingida (e caso a entidade patrocinadora não queira os mesmos) reverte em livros a serem entregues ao autor.

13. Outros eventos

Poderão ocorrer mais eventos para a promoção da obra para além dos inicialmente estabelecidos, quer por iniciativa da editora, quer por iniciativa do autor.
Caso os mesmos ocorram por iniciativa da editora, ao autor não será solicitado qualquer envolvimento (financeiro ou outro) que não a sua presença.
Caso os eventos ocorram por iniciativa do autor, e este necessite da intervenção de elementos da editora, o mesmo deverá ter em consideração o seguinte tarifário (sendo obviamente cada um dos itens opcionais e de acordo com a pretensão do autor):

Pianista	100,00€
Diseur (cada)	50,00€
Custos Administrativos	75,00€

(caso os eventos ocorram fora do Grande Porto, acrescem os custos de deslocação, calculados no momento da indicação do local. A participação de qualquer dos elementos em cima descriminados, estará sempre sujeita à sua disponibilidade)

Nos eventos de iniciativa da editora, os livros vendidos serão os do stock da editora.
Nos eventos promovidos pelo autor (caso o mesmo ainda tenha livros para o efeito), os livros vendidos serão os do stock do próprio autor.

14. Preços de autor

Para a quantidade mínima a assegurar no lançamento, o preço de venda ao autor (PVA) será o resultante da diferença entre o Preço de Venda ao Público (PVP) e a sua margem relativa aos Direitos de Autor (DA).
Nos exemplares extra quantidade mínima a assegurar que o autor adquira diretamente à editora, este beneficiará de um desconto de 50%.
Como autor da Edita-Me, o autor beneficiará ainda de um desconto de 30% relativo às restantes obras por nós editadas, desde que adquiridas diretamente à editora e não em nenhuma sessão pública.

15. Envolvimento financeiro do autor

Para além do cheque-caução mencionado no ponto 8, não será exigido ao autor qualquer envolvimento financeiro antecipado.
Desta forma, caso a quantia mínima a assegurar seja atingida, o autor não terá nenhum dispêndio financeiro, direto ou indireto, antecipado ou postecipado.

16. Internacionalização

Se o número de exemplares vendidos atingir os 1.000 exemplares, a obra será colocada em agentes internacionais com os quais a Edita-Me tem parceria, com vista a explorar a viabilidade da sua edição noutros países.

Anexo C*

CATEGORIZAÇÃO DAS SECÇÕES LITERÁRIAS DOS PRINCIPAIS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL PORTUGUESES
ESTÁGIO NA EDITA-ME EDITORA, 2012

***Por razões de privacidade, foram ocultados os nomes e contactos individuais dos colaboradores de cada publicação.**

Periocidade/ Temática	Revista secundária/ Secção	Perfil de secção	Observações	Colaboradores	Contactos
Expresso					
Semanal/Generalista	**Atual** > Livros (com uma média de 3 páginas)	Apresentação de entrevista e recensões/críticas.	Crónica permanente sobre temas vários> Ana Cristina Leonardo	[redacted]	Delegação do Porto Rua Conselheiro Costa Braga, 502 4450-102 Matosinhos

	Revista > Livro (sem periocidade marcada)	Apresenta-se como uma referência bibliográfica mais prática e relacionada com a temática de um tema abordado na revista.	Exemplo de publicação: -“Faz o curso na Maior” de Nuno Ferreira -“História prodigiosa de Portugal” de Joaquim Fernandes		
Público					
Diário/Generalista	**Ípsilon > Livros**	Com uma organização que enfatiza o tipo de géneros, a seleção contempla recensões/críticas várias e uma entrevista de maior espaço.		[redacted]	**ipsilon@publico.pt** Praça Coronel Pacheco, nº 2 4050-453 Porto
+ Informação online: http://ipsilon.publico.pt/Livros/ O site contempla conteúdo que não é incluído na revista em suporte físico. Porém os autores dos textos são os mesmos nos dois suportes.					
	Sair/Crianças	Apesar de não ser uma secção com o principal objetivo de divulgação literária, apresenta (esporadicamente) alguns livros infantis associados a eventos culturais.	“República Popular” de Rita Pimenta		
Visão					
Semanal/Generalista	**Cultura > Livros**	Não se trata de uma secção com formato e periocidade regular. Por norma há uma relação entre os temas atuais abordados e a chamada de atenção para livros que se enquadrem nesse contexto.			Rua Calvet de Magalhães, nº 242 2770-022 Paço de Arcos Delegação norte > Rua Conselheiro Costa Braga, 502, 4450-102 Matosinhos

Visão Júnior					
Mensal/ Infanto-juvenil	**Ler é divertido**	Breve apresentação de 3 a 4 títulos, maioritariamente aventuras. Esporadicamente, a revista inclui ainda outras reportagens relacionadas com literatura.	Aceitam a proposta de obras para divulgação (mediante a relevância para os leitores). É frequente verificar a realização de passatempos associados a livros apresentados.		Geral > **vjunior@impresa.pt** Rua Calvet de Magalhães, nº 242 2770-022 Paço de Arcos Delegação norte > Rua Conselheiro Costa Braga, 502, 4450-102 Matosinhos
Sábado					
Semanal/Generalista	**Tentações > Livros**				Contactos remetem para o Grupo Cofina
Time Out Porto					
Mensal/*Life style*	**Livros**	Apresenta uma seleção de títulos sugeridos. Há um livro do mês (com mais destaque) e uma listagem de outros títulos que surgem com uma avaliação por estrelas. Os livros podem ainda ser acompanhados de breves recensões.	À aguardar resposta quanto ao processo de propostas para publicação. -"Sin City" de Frank Miller -"Acabem com esta crise já!" de Paul Krugman	[redacted]	**livros.porto@timeout.pt** Rua Miguel Bombarda, nº 124 - 1ºA, 4050-377 Porto

Pais e Filhos					
Mensal/Familiar	**Ler**, Ver e Jogar	Apresenta em média 2 páginas com variadas sugestões de títulos infanto-juvenis. Sendo que um assume maior destaque por se tratar d` "A nossa escolha".	À aguardar resposta quanto ao processo de propostas para publicação. -"Elefante em loja de porcelanas", Tsharam -"Animais Aquáticos", Girassol -"Patrulha Azul", Alfarroba -"A escolinha do Figo", Matéria Prima		Geral> **paisefilhos@motorpress.pt** Publicidade> **fsimoes@motorpress.pt** Cruz Quebrada-Dafundo, R. Policarpo Anjos, n.º 4 1495-742
O Guia para Pais e Educadores de Infância					
Mensal/Familiar-Educação	**Livros**	Secção que destaca livros relacionados com o desenvolvimento infantil e altamente relevantes para o leitor.			Editor (A.do Nascimento) > **adonascimento@tuttireveditorial.com**
Activa					
Mensal/ Feminina	**Ler**, Ver e Ouvir	Apresenta uma seleção de títulos sugeridos. Por norma, esta secção segue-se à crónica de Alice Vieira.	Aceitam a proposta de obras para divulgação (mediante a relevância para os leitores). -"Ninguém disse que isto ia ser fácil" de Paula Farinha -"Desconhecidos" de Anita Brookner	[redacted]	**cfonseca@activa.impresa.pt** Rua Calvet de Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço de Arcos

Woman					
Mensal/ Feminina	**Livros, prémios e novidades**	Apresenta uma seleção de títulos sugeridos, com grandes destaque em obras premiadas a nível nacional e internacional.	À aguardar resposta quanto ao processo de propostas para publicação.		
Happy					
Mensal/ Feminina	**Livros > À páginas tantas…**	Apresenta uma seleção de títulos sugeridos com um breve sumário da história, sendo que um é apresentado como destaque do mês.	À aguardar resposta quanto ao processo de propostas para publicação.		Marketing (Inês Esquível)> **mkt@baleskapress.pt** Diretora> **carla.happy.ramos@baleskapress.pt** Rua Castilho, nº 75, 6 DT, 1250-068 Lisboa
Caras					
Semanal/ Variedades	**Caras sugere…**	Consiste numa reunião de sugestões culturais que incluem a seleção de livros.	Aceitam a proposta de obras para divulgação (maioritariamente, romances). -"Divas Rebeldes" de Cristina Morató -"A poção mágica" de Cristina Lai Men	[redacted]	**ahomem@caras.imprensa.pt** Rua Calvet de Magalhães, nº 242 2770-022 Paço de Arcos

Caras					
Semanal/ Variedades	**Caras sugere…**	Consiste numa reunião de sugestões culturais que incluem a seleção de livros.	Aceitam a proposta de obras para divulgação (maioritariamente, romances). -“Divas Rebeldes” de Cristina Morató -“A poção mágica” de Cristina Lai Men	[redacted]	**ahomem@caras.imprensa.pt** Rua Calvet de Magalhães, nº 242 2770-022 Paço de Arcos
Jornal de Letras					
Quinzenal/ Literário	Letras > Livros	Múltiplas recensões/críticas (de maior ou menor dimensão) que divulgam novos lançamentos.	Nem todos as recensões se encontram assinadas mas, sim, organizadas em géneros. -ficção: “Contos completos” de Lydia Davis; “A submissão” de Amy Waldman; “O fotógrafo da Madeira” de António Breda carvalho -outros: “As prisioneiras” de Isabel Nery; “A medicina e a música” de Armando Moreno; “A Terra vista da Terra” de Seth Stevenson	[redacted]	Rua Calvet de Magalhães, nº 242 2770-022 Paço de Arcos
LER					
Mensal/ Literário		Diferentes formatos de notícias, entrevistas e recensões completamente dedicados a livros.	Colunistas > Sara Figueiredo Costa Abel Barros Batista Inês Pedrosa Eduardo Coelho Filipe Nunes Vicente Francisco Belard Jorge Reisa-Sá José Eduardo Agualusa José Mário Silva Nuno Costa Santos Onésio Teotónio Almeida Pedro Mexia Rogério Casanova	[redacted]	ler@circuloleitores.pt Rua Prof. Jorge da Silva Horta, 1 1500-499 Lisboa

Anexo D*

(ADAPTAÇÃO DA)
LISTA DE CONTACTOS ORGANIZADOS
ESTÁGIO NA EDITA-ME EDITORA, 2012

***Por razões de privacidade, foram ocultados os nomes e contactos individuais dos colaboradores de cada publicação.**

IMPRENSA GENERALISTA

- **JORNAL NOTÍCIAS**

Página Web: http://www.jn.pt/paginainicial/

Página Facebook: https://www.facebook.com/jornalnoticias?fref=ts

Contacto Geral: jn.online@jn.pt + grandeporto@jn.pt + secretaria@jn.pt

Telefone: 222096100 + 222096111

Morada: Rua de Gonçalo Cristóvão, 195, 4049-011 Porto

Cultura/Etcetera: cultura@jn.pt

Útil & Fútil: roteiro@jn.pt

Desporto: desporto@jn.pt

Agenda: agenda@jn.pt

- **SOL**

Página Web: http://sol.sapo.pt/inicio/default.aspx

Página Facebook: https://www.facebook.com/jornalsol

Contacto Geral: online@sol.pt

Telefone: 21 324 6500

Morada: Rua de S. Nicolau, 120, 1100-550

- **EXPRESSO**

Página Web: http://expresso.sapo.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/jornalexpresso

Contacto Geral: director@expresso.impresa.pt

Telefone:

Morada: Rua Conselheiro Costa Braga, 502, 4450-102 Matosinhos

[redacted]

- **PÚBLICO**

Página Web: http://www.publico.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/Publico?fref=ts

Contacto Geral: publico@publico.pt

Telefone: 226151000 + 226103214

Morada: Praça Coronel Pacheco, 2, 4050-453 Porto

ÍPSILON

http://ipsilon.publico.pt/

Contacto Especifico: **ipsilon@publico.pt**

P3

http://p3.publico.pt/

[redacted]

- **VISÃO**

Página Web: http://visao.sapo.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/visaopt

Contacto Geral: visaoagendaporto@impresa.pt + visao@impresa.pt

Telefone: 220437001

Morada: Rua Conselheiro Costa Braga, 502, 4450-102 Matosinhos

[redacted]

- **SÁBADO**

Página Web: http://www.sabado.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/S%C3%81BADO/52858607943

Contacto Geral: sede@cofina.pt

Telefone: 22 834 65 00

Morada: Rua General Norton de Matos, 68 –R/C, 4050-424 Porto

- **TIME OUT PORTO**

Página Web:

Página Facebook: https://www.facebook.com/TimeOutPorto

Contacto Geral: porto@timeout.pt + livros.porto@timeout.pt

Telefone: 22 201 5510

Morada: Rua Miguel Bombarda, nº 124 - 1ºA, 4050-377 Porto

IMPRENSA LITERÁRIA

- **LER**

Página Web: http://ler.blogs.sapo.pt

Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/Revista-LER/116621318351011?fref=ts

Contacto Geral: ler@circuloleitores.pt

Telefone:

Morada: Rua Prof. Jorge da Silva Horta, nº1, 1500-499 Lisboa

- **JORNAL DE LETRAS**

Página Web: http://jornaldeletras.pt

Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/JL-Jornal-de-Letras-Artes-e-Ideias/81788673903?fref=ts

Contacto Geral:

Telefone: 228 347 520

Morada: Delegação Norte: Rua Monte dos Burgos, nº 1080, 4250-314, Porto

[redacted]

IMPRENSA INFANTO-JUVENIL

- **VISÃO JUNIOR**

Página Web: http://visao.sapo.pt

Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/VIS%C3%83O-J%C3%BAnior/124464737631650?fref=ts

Contacto Geral: vjunior@impresa.pt

Telefone:

Morada: Rua Conselheiro Costa Braga, 502, 4450-102 Matosinhos

- **PAIS & FILHOS**

Página Web: http://www.paisefilhos.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/Paisefilhos.pt

Contacto Geral: paisefilhos@motorpress.pt

Telefone: 214154563

Morada: Tua Policarpo Anjos, nº4, 1495-742 Cruz Quebrada

- **O GUIA PARA PAIS E EDUCADORES DE INFÂNCIA**

Página Web:

Página Facebook:

Contacto Geral:

Telefone:

Morada:

IMPRENSA "FEMININA"

- **ATIVA**

Página Web: http://activa.sapo.pt/pt

Página Facebook: https://www.facebook.com/activapt

Contacto Geral: siteactiva@impresa.pt

Telefone:

Morada: Rua Calvet de Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço de Arcos

- **HAPPY**

Página Web:

Página Facebook: https://www.facebook.com/revistahappywoman

Contacto Geral:

Telefone: 213103370

Morada: Rua Castilho, nº 75, 6 DT, 1250-068 Lisboa

Inês Esquível (marketing): mkt@baleskapress.pt

- **WOMAN**

Página Web:

Página Facebook:

Contacto Geral:

Telefone:

Morada: Rua Calvet de Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço de Arcos

- **CARAS**

Página Web: http://caras.sapo.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/Caras/94847409641

Contacto Geral:

Telefone:

Morada: Rua Calvet de Magalhães, nº 242, 2770-022 Paço de Arcos

CONTACTOS ÚTEIS – CIDADE DO PORTO

ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS/CULTURAIS

- **Câmara Municipal do Porto**

Página Web: http://www.cm-porto.pt/

Página Facebook: https://www.facebook.com/CamaraMunicipaldoPorto

Contacto Geral: imprensa@cm-porto.pt

Telefone: Gabinete de comunicação-222 097 133
Morada: Praça General Humberto Delgado, 4049-001 Porto

- **Porto Lazer**

Página Web: http://www.portolazer.pt/gca/index.php?id=588
Página Facebook:
Contacto Geral: geral@portolazer.pt
Telefone: 226 199 860
Morada: Rua Bartolomeu Velho, 648, 4150-124 Porto

- **Porto Cultura**

Página Web:
Página Facebook: https://www.facebook.com/PortoCultura?fref=ts
Contacto Geral: portocultura@cm-porto.pt
Telefone:
Morada:

- **Bairro dos Livros**

Página Web: http://www.bairrodoslivros.wordpress.com
Página Facebook: https://www.facebook.com/bairrodoslivros?fref=ts
Contacto Geral: bairrodoslivros@gmail.com
Telefone:
Morada:

IMPRENSA

- **Porto Canal**

Página Web: http://portocanal.sapo.pt/
Página Facebook: https://www.facebook.com/pages/Porto-Canal/156413471053100
Contacto Geral: geral@portocanal.pt
Telefone: 22 953 85 25/ 22 953 85 26/ 22 953 85 27
Morada: Rua Joaquim Pinto, 78, 4460-338 Senhora da Hora

Agenda (Grande Porto): Daniela Rocha e Hélder Teixeira
Telefone: 22 954 53 80/ 926652552
E-Mail: agenda@portocanal.pt

Agenda (Delegações): Sara Barbosa
Telefone: 22 954 53 80
Telefone: 924183600
E-Mail: sara.barbosa@portocanal.pt

- **Porto 24**

Página Web: http://porto24.pt/contactos/
Página Facebook: https://www.facebook.com/Porto24
Contacto Geral: geral@porto24.pt + redaccao@porto24.pt
Telefone: 220 123 745
Morada: Pólo de Indústrias Criativas – UPTEC Praça Coronel Pacheco, 2, 4050-453 Porto

REVISTAS ELETRÓNICAS

Orgia Literária – orgialiteraria@gmail.com
http://www.orgialiteraria.org/p/sobre.html

Revista Livros e Leituras − geral@livroseleituras.com
silviafernandes@livroseleituras.com + mariogoncalves@livroseleituras.com
http://www.livroseleituras.com/web/

BLOGUES & SITES

- Clube Literário do Porto – correiodamines@gmail.com

http://clubeliterariodoporto.wordpress.com/

- Autores e Livros - ed.coelho@terra.com.br

http://autoreselivros.wordpress.com/

- Babel - babel.livrosdomundo@facebook.com

http://www.jn.pt/blogs/babel/default.aspx

- O Livro Infantil – olivroinfantil@gmail.com

http://olivroinfantil.blogspot.pt/

- Cadeirão Voltaire – cadeiraovoltaire@yahoo.com

http://cadeiraovoltaire.wordpress.com/

- Os Livros Ardem Mal - olamtagv@gmail.com

http://olamtagv.wordpress.com/

- O Bicho dos Livros – obichodoslivros@yahoo.com

http://www.obichodoslivros.blogspot.pt/

- Livros sem Critério - http://livrosemcriterio.wordpress.com/

tiagosousagarcia@gmail.com

- Rabiscos de uma Leitora – rabiscosdeumaleitora@outlook.com

http://rabiscosdeumaleitora.blogspot.pt/

- Estante dos Livros – estante@estantedelivros.com

http://www.estantedelivros.com/2010/03/blogs-literarios.html

- planetamarcia – marciafb@net.sapo.pt

http://planetamarcia.blogs.sapo.pt/

- O Jardim Assombrado – cmaia.almeida@netcabo.pt

http://ojardimassombrado.blogspot.pt/

- Materialidades da Literatura – materialidades.da.literatura@gmail.com

http://matlit.wordpress.com/

- Ciberescritas – isabel.coutinho@publico.pt

http://blogues.publico.pt/ciberescritas/

- Horas Extraordinárias – horasextraordinárias@gmail.com

http://horasextraordinarias.blogs.sapo.pt/

- Gremlin Literário – https://www.facebook.com/gremlin.literario?fref=ts

http://gremlin-literario.blogs.sapo.pt/

- Livros à Volta do Mundo - https://www.facebook.com/pages/Livros-%C3%A0-volta-do-Mundo/177217362334485?fref=ts

http://livrosavoltadomundo.blogs.sapo.pt/

- Citador - https://www.facebook.com/citador/info

http://www.citador.pt/

- Poetícia - https://www.facebook.com/pages/Poet%C3%ADcia/177770058901595

http://poeticia.blogspot.pt/p/noticias.html

- Poesia & Lda. – sousa.paulo.joao@gmail.com + jorgesousabraga@netcabo.pt

http://poesiailimitada.blogspot.pt/

- Associação Portuguesa de Poetas – appseculo21@sapo.pt

https://www.facebook.com/pages/Associa%C3%A7%C3%A3o-Portuguesa-de-Poetas/114000542021292

PROGRAMAS DE TELEVISÃO_DIVULGAÇÃO LITERÁRIA

- Ler +, Ler Melhor
- Mar de Letras

RTP 1

Rua Conceição Fernandes, nº 755

4434-510 Vila Nova de Gaia

Ou

Avenida Marechal Gomes da Costa, nº 37

1849-030 Lisboa

agenda.informação@rtp.pt

- Cartaz Cultural

SIC

Estrada da Outurela, 119 - 2794-052 CARNAXIDE

sic.daf@sic.pt

atendimento@sic.pt

agenda@sic.pt

- Autores

TVI

Rua Mário Castelhano, 40 Queluz de Baixo, 2734-502 Barcarena

relacoes.publicas@tvi.pt

Anexo E

Lista de organizações selecionadas para envio de comunicação sobre a obra *Semeadores de Afetos*

ANACED - Arte e Criatividade Pessoas com Deficiência
A ANACED tem por objectivo promover e divulgar as capacidades artísticas das pessoas com deficiência.

http://www.facebook.com/pages/ANACED-Arte-e-Criatividade-Pessoas-com-Deficiência/108277345933518

anaced@net.sapo.pt

Associação Portuguesa de Deficientes
A igualdade de oportunidades e a plena participação das pessoas com deficiência na comunidade são os objectivos primordiais desta instituição. Desta forma, a APD procura, através da diversificação e consolidação de contactos institucionais, que as questões relativas à deficiência sejam inscritas no plano mais vasto dos direitos dos cidadãos.

http://www.facebook.com/pages/ANACED-Arte-e-Criatividade-Pessoas-com-Deficiência/108277345933518#!/pages/APD-Associa%C3%A7%C3%A3o-Portuguesa-de-Deficientes/223127364365710?fref=ts

info-sede@apd.org.pt

Leque Apapne
Associação de Pais e Amigos de Crianças com Necessidades Especiais

http://www.facebook.com/LEQUEAPACNE/info´

lequeapacne@facebook.com

Aptses Associação (Educadores Sociais)
A APTSES tem como objetivo primordial promover e aprofundar o espírito associativo entre os profissionais de Educação Social, representar os seus interesses e velar pelos seus direitos.
Propõe-se a contribuir para o aperfeiçoamento dos profissionais e desenvolver a informação a todos os níveis.
Pretende dinamizar a cooperação nacional e internacional com os seus congéneres, ou entidades afins e contribuir para o desenvolvimento das políticas que visem o bem-estar e a qualidade de vida e efetivação dos direitos sociais e humanos.

http://www.facebook.com/APTSES?fref=ts#!/APTSES/info

aptses@facebook.com

APECI - Associação Para a Educação de Crianças Inadaptadas

Dar apoio à população com deficiência mental, ou dificuldades de aprendizagem e suas famílias.
Garantir apoios complementares diferenciados a crianças da faixa etária dos 0 até entrada na escolaridade obrigatória com deficiência ou em risco de atraso grave de desenvolvimento.
Proporcionar apoios complementares diferenciados aos alunos das escolas da rede regular de ensino que apresentem necessidades educativas específicas.
Dar formação e promover a integração de jovens com deficiência intelectual ou dificuldades de aprendizagem no mundo laboral e na sociedade em geral.

http://www.facebook.com/groups/111263088963619/?ref=ts&fref=ts#!/pages/APECI/351555131705?sk=info

jornal-tic@apeci.org.pt

Elo Social

A Elo Social – Associação para a Integração e Apoio ao Deficiente Jovem e Adulto, é uma Instituição Particular de Solidariedade Social, considerada Pessoa Colectiva de Utilidade Pública, nos termos dos artigos 7º e 8º do Decreto Lei nº 119/83 de 25 de Fevereiro, vocacionada para o apoio às pessoas portadoras de deficiência mental, nos vectores de formação, emprego, apoio ocupacional e apoio.

http://www.facebook.com/pages/CADIN/42699726475#!/elosocial

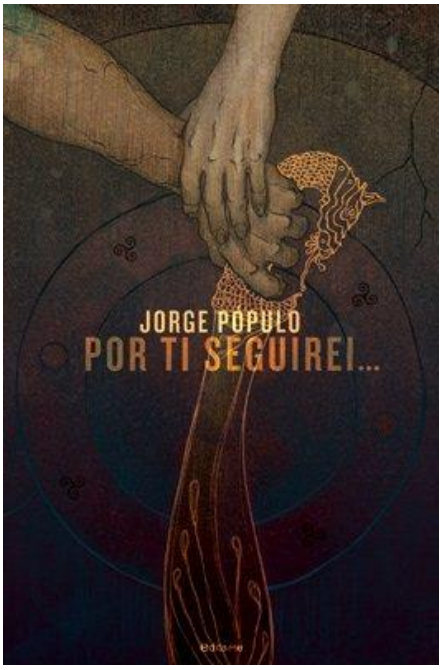
geral@elosocial.org

Anexo F

Comunicado de imprensa da obra *Por Ti Seguirei…*

A Edita-Me anuncia o lançamento do livro *Por Ti Seguirei...* de Jorge Pópulo.

Sobre o livro:



Romanos e Cartagineses, após um primeiro conflito, trouxeram a disputa pelo Mundo Antigo para a Ibéria. As terras, e as suas gentes, mais a Oeste do Grande Mar Interior [Mediterrâneo] sentiram o peso e o custo da 2ª Guerra Púnica.

A hora era já tardia. No horizonte, numa repetição que se fizera hábito, a ansiedade propagava-se pelo crepúsculo. Ao inclinar do sol esvaecia por mais um dia a esperança da chegada de notícias. Rubínia, lá bem no topo do promontório que definia o centro do povoado, olhava para a entrada Este, bem demarcada no terceiro e mais exterior pano do sistema amuralhado de pedra ciclópica.

Prolongava a sua vigília por quanto os seus olhos conseguissem atinar com alguma silhueta ao longe, na penumbra. Somavam-se os dias de espera e mais estendida ficava a vigia; regressava a casa cada vez mais tarde para tratar dos afazeres domésticos.

Contudo, aquele entardecer seria diferente dos que se haviam arrastado penosamente pelos últimos e longos ciclos lunares. Rubínia, quase a ponto de deixar a guarida, esticou-se em frente e estrebuchou. Uma nuvem de poeira surgiu quase tão confusa como o próprio escurecer. Teve aquela sensação: "hoje arribam novas!". Foi como um sussurro de Endovélico a garantir-lhe a chegada de um mensageiro, que ao fundo já subia, a franquear a passagem para a fortificação. Daí, o estranho calcorreou o labirinto de ruelas até ao edifício maior, o lugar de reunião do Conselho que governava Tanábriga.

E por quem tanto ansiava Rubínia?! … Por Tongídio, seu marido. Ausente desde aquela dolorosa despedida, quando partiu integrado na hoste dos guerreiros lusitanos, para engrossar o exército do grande general Aníbal. Porém, a primeira campanha de Aníbal, com o objectivo de atingir Roma pelo continente, galgando Pirenéus, Gália e Alpes, resultou num rotundo fracasso, no decurso do qual desapareceu Tongídio. Conhecida a notícia, Rubínia não se subordinou à fatalidade, desencadeando um desassossego que revolveria terra e céu na demanda do seu marido, e que arrastaria toda a Ibéria. Por ele seguiria… sempre!

A partir deste ponto de ignição, cresce o drama, a acção, e misturaram-se as personagens e os episódios, ampliando exponencialmente os efeitos e os resultados expectáveis inicialmente.

De um amor singular a uma pátria de afectos… só poderia ser (n)a Ibéria!

Sobre o autor:
Nasceu – dizem – à nona hora, a poucos dias vencidos do solstício de Verão de 1970. Nos braços graníticos do invicto berço portuense e da alcofa de matiz transmontano, viu a luz emanada da maternidade, para logo espreitar as cores da existência, no Bairro do Leal.

Aí medrou até juvenil idade. Sob a estrela de humilde lar, de abastado carinho, aprendeu a distinguir entre o bem e o mal, entre o caminho aprumado e o erro saturado.

Já iniciado na escola, seguiu os progenitores, em labor, por diferentes lugares da urbe. Conheceu gestas de vida e a vida em muitas narrativas. Cumpriu da primária ao complementar, assíduo do Augusto Gil, da Aurélia de Sousa e da Carolina Michaëlis.

Decidiu então que, com tantas histórias, a História era o seu rumo. E assim fez. Na porfia pelo saber, acabou por engrossar o exército de estudantes universitários. Viajou por mundos distantes, presos no passado, mas corrediços para o futuro. Ficou a conhecer melhor o presente.

E por aí não ficou. Nas sendas insofismáveis do destino encontrou novo trilho a percorrer: as Ciências Documentais e a Ciência da Informação.

Concomitante ao que aprendia, desenvolveu os sentidos e o sentir. Semeou amigos pela diáspora dos anos, acomodou colegas no coração, pelos trabalhos desenvolvidos.

E foi andando. Tanto avançou, que passaram a chamar-lhe Andarilhus no grupo de caminheiros Um Par de Botas. Actualmente, trabalha e estuda na Faculdade de Engenharia do Porto.

Nas horas livres, liberta-se e dança com as palavras. Nas horas mais susceptíveis, sobretudo…

Ficha do livro:
Título: Por Tu Seguirei…
Autor: Jorge Pópulo
Editora: Edita-Me
Nº de páginas: 354
Preço: 16,00€

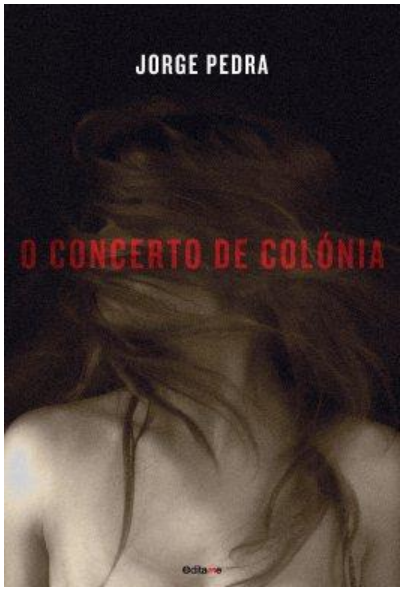
Para mais informações, por favor contacte dep.comunicacao@edita-me.pt

Anexo G

Comunicado de imprensa da obra *O Concerto de Colónia*

A Edita-Me anuncia o lançamento do livro *O Concerto de Colónia* de Jorge Pedra.

Sobre o livro:



Esta é uma história dos nossos tempos. Sérgio é um homem improvavelmente feliz. Mas é um dia fintado pela vida. A uma "injustiça divina" reage num deixar-se levar, em desviver emocional, numa série de relações inconsequentes e superficiais, de facto não mais que uma vertigem de estreitamentos não mais que físicos.

Até encontrar uma mulher que não vê - mas sente plenamente – em palavras tecladas num computador. Uma viagem por palavras assim, acaba por se tornar para Sérgio uma revelação interior. Não será este o poder do amor?

Sobre o autor:

Jorge Pedra nasceu no Porto, em 1960.

No início da atividade profissional foi médico. Atraiçoou a Medicina com a licenciatura em Arquitetura, em 1995, profissão que exerce desde então.

Dedica-se também à Fotografia e à Pintura, tendo participado em múltiplas exposições coletivas e realizado algumas individuais.

Escreveu alguns contos, entre os quais uma série de textos infantis, ainda não publicados.

"O Concerto de Colónia" é o seu primeiro romance.

Ficha do livro:

Título: O Concerto de Colónia
Autor: Jorge Pedra
Editora: Edita-Me
Nº de páginas: 222
Preço: 15,00€

Para mais informações, por favor contacte dep.comunicacao@edita-me.pt

Anexo H

Comunicado de imprensa da obra *Bolos Criativos Com …*

A Edita-Me anuncia o lançamento do livro *Bolos Criativos Com…* de Eva Lopes.

Sessões de apresentação:
- 18/04/2013 no Showroom da Teka (Parque das Nações) às 19h00;
- 20/04/2013 na Expo Aveiro às 19h00;
- 25/04/2013 no Clube Rivoli às 18h00 (integrada na festa de aniversário Edita-Me).

Sobre o livro:
No âmbito da sua actividade (e paixão), após participação regular em várias revistas da especialidade e ter ganho alguns prémios internacionais, Eva Lopes apresenta a sua primeira obra de *cake design*.

Com a sua criatividade, Eva Lopes pretendendo demonstrar que o *cake design* está ao alcance de todos, convidou personalidades dos mais diversos sectores desafiando-os a construir o bolo que cada um idealizou e propôs.

Chakall, Ana Colaço, Rita Ribeiro, Paulo Fragoso, Mónica Sintra, Tiago Careto, Francisco Gomes e Vanessa Silva são algumas das pessoas desafiadas e que participaram nesta epopeia.

Esta obra, para além de instrutiva da construção de bolos criativos, é assim também, um incentivo a que cada um "ponha as mãos na massa" e surpreenda todos, com "o bolo dos seus sonhos".

Sobre a autora:
Eva Lopes 28 anos, nasceu em Loure, aldeia que pertence a Albergaria-a-Velha, distrito de Aveiro.

A paixão pelos bolos nasceu desde cedo e aos 12 anos já fazia bolos, desde então foi testando e criando receitas, ouvindo conselhos e absorvendo toda a informação vinda da família. Quando teve de escolher uma área para seguir uma profissão queria ter seguido hotelaria e turismo para assim dar continuidade a este fascinante mundo, mas por adversidades da vida deixou a escola e foi trabalhar.

Logo percebeu que faltava algo e não estava realizada. Voltou à escola e entre ponderar ir para longe de casa e entrar em hotelaria e seguir pelo mais certo de uma colocação na profissão no fim do curso, optou pelo certo e formou-se em Técnica de Contabilidade. Mas por ironia do destino andou sempre a par com os bolos todos estes anos, mantendo assim um part-time, até que descobriu há 3 anos a pasta de açúcar e desde então tem criado vários bolos de diversos temas, formas e feitios, para varias ocasiões, aniversários, batizados, casamentos e até para grandes eventos como o aniversário dos Xutos & Pontapés, rádio RFM, Rui Veloso, Rádio M80, Rouxinol Faduncho, Santos & Pecadores, TVI, Praça da Alegria, A Tarde é Sua, etc.

Em outubro de 2011 registou a sua marca "Atelier Bolos Criativos" e já no princípio de 2012 despediu-se da contabilidade e fez do que era até então o seu part-time, o seu full-time e abriu finalmente a sua microempresa.

Biografia profissional
Ao longo destes últimos 3 anos, entre trabalho, abertura de empresa e encomendas, foi fazendo várias formações e tirando cursos em paralelo. Já fez formação com os melhores cake designers do mundo, como Nhora de la Pava, Tobba Garret, Nelson Pantano, Djalma Reinaldo, Mirta Biscardi, Gabriel Castillo e Maria Castro, Eva Benavente, Vera e Camila Madeira, Molly, Debbie Brown, entre outros. Ainda enquanto trabalhava, durante a noite e fins de semana, tirou o curso de pastelaria, mais tarde tirou o CAP e dá formação de cake design pelo país, de vários níveis, desde iniciação a bolos esculpidos em 3d.

Tirou também o curso de HACCP e segurança alimentar. Foi convidada a fazer parte de várias revistas, colaborando assim com o seu trabalho, nomeadamente Faça Fácil Cake Design, Especial Cupcakes, Bolos Decorados, Mulher Moderna na Cozinha, Saúde à Mesa, Mariana, Cozinha Prática de Sucesso, onde os seus bolos foram capa, TV Mais, entre outras. Também já esteve presente em vários programas de tv para falar e mostrar o seu trabalho, tais como A Tarde é Sua, na TVI, Praça da Alegria RTP1, mvmtv, Você na TV, onde ganhou com um cheesecake o passatempo da Royal com gelatina de melancia.

Nos passados dias 9, 10 e 11 de Novembro de 2012 decorreu em Birmingham o cake show, o maior concurso de bolos decorados da Europa, e recebeu a medalha de Bronze na categoria internacional, onde concorreu com as casas típicas da Costa Nova – Aveiro.

Ficha do livro:
Título: "Bolos Criativos Com…"
Autor: Eva Lopes
Editora: Edita-Me
Nº de páginas: 176
Preço: 19,00€

Para mais informações, por favor contacte dep.comunicacao@edita-me.pt

Anexo I

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES PARA O FACEBOOK
SETEMBRO 2012

Hora Dia	10h00	12h30	15h00	17h00	19h00
1					
2					
3					
4	"Notícia do dia"		Mensagem direta – *"Já conhece a nossa revista eletrónica? Deixamos aqui o link do último número"*		"Notícia do dia"
5	"Notícia do dia"	Publicação da entrevista a Valter Hugo Mãe, com ligação à Revista-Me nrº3		"Notícia do dia"	Mensagem direta – *"Setembro já chegou! Como foram as suas férias?"*
6	"Notícia do dia"		Mensagem direta – *"Já deixou o seu gosto na nossa página? Relembramos que há um prémio a cada centena."*	"Notícia do dia"	"Notícia do dia"
7		"Notícia do dia"		"Performance da semana"	Mensagem direta – *"Já sabe o que vai ler este fim-de-semana?"*
8	"Notícia do dia"		"Notícia do dia"		
9	"Notícia do dia"		"Notícia do dia"		

Livro da semana – “Bordar a Vida”, Celeste Pereira					
10	Mensagem direta – *“A Edita-me deseja uma boa semana a todos os leitores.”*	“Notícia do dia”	Apresentação do livro da semana.		“Notícia do dia”
11	“Notícia do dia”	Publicação de um poema da obra, já disponível na página web.		“Notícia do dia”	
12	“Notícia do dia”		Publicação da biografia de Celeste Pereira (usar a informação disponível no site da Edita-me)		“Notícia do dia”
13	“Notícia do dia”	Mensagem direta – *“O que é a poesia? Dê-nos a sua opinião sobre esta forma de arte tão especial.”*		“Notícia do dia”	
14	“Notícia do dia”	Publicação de um poema da obra, já disponível na página web.	“Notícia do dia”	“Performance da semana”	
15	“Notícia do dia”		“Notícia do dia”		
16	“Notícia do dia”		“Notícia do dia”		

Anexo J

Informação em falta no *site* da Edita-Me

Nós, nas palavras
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=24&products_id=93
Falta sinopse

Estórias de Shorts
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=22&products_id=115
Falta sinopse

Nós de pontas soltas
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=22&products_id=79
Falta sinopse

Os Contos do Arco da Velha Íris
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=22&products_id=62
Falta bio autor

É Sempre Tempo de Mudar
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=21&products_id=137
Falta sinopse

Inventário do Meu Mundo
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=21&products_id=88
Falta bio autor

Perspectiva
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=21&products_id=91
Falta sinopse

Retiro da Fortuna
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=21&products_id=130
Falta sinopse

Fantásticos Detetives Investigadores (1 e 2)
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=18&products_id=52
Falta bio autor

Caminhos… de Escrita
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=23&products_id=149
Falta sinopse

criARTE
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=23&products_id=147
Falta sinopse

Juntos por uma Escola Melhor
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=23&products_id=109
Falta sinopse e ficha técnica

Palavras com Cor
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=23&products_id=144
Falta sinopse

100 Amarras
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=152
Falta sinopse e bio de autor

As Aventuras das 5 Vogais
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=16&products_id=139
Falta sinopse
O Menino Não e Outras Histórias
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=16&products_id=87
Falta sinopse
VANINA, A Estrelinha do Mar
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=16&products_id=155
Falta sinopse
Vale Encantado das Fadas
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=16&products_id=165
Falta sinopse
Do Meu Olhar
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=20&products_id=77
Falta sinopse
Memórias Exclusivas
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=20&products_id=98
Falta sinopse e bio do autor
Sento Assento Sinto
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=81
Falta sinopse
Silenciosas Alvoradas
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=85
Falta sinopse
Na Voragem do Tempo
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=160
Falta ficha técnica
O Riso Rasgado do Tempo
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=101
Falta número de páginas
O Tacto das Palavras
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=97
Falta sinopse
O Tempo e as coisas
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=102
Falta sinopse
Palavras Agridoces
http://www.edita-me.pt/product_info.php?cPath=14&products_id=96
Falta sinopse

Anexo K

CRIAÇÃO DO CLUBE DE LEITORES EDITA-ME

A Edita-Me anuncia a criação do Clube de Leitores Edita-Me com o intuito de aproximar o público dos seus autores e respetivas obras.

O seu funcionamento será feito no Goodreads, através da página oficial do grupo Clube de Leitores Edita-me (http://www.goodreads.com/group/show/81164-clube-de-leitores-edita-me). Serão analisadas em simultâneo duas obras, uma de prosa e outra de poesia. Uma será do catálogo da editora e outra será escolha dos leitores, mediante votação prévia.

Para o início, as obras selecionadas são:

Prosa: Zeprincips – Flutuar, de Marta Neves, 216 pág.

Poesia: Edgar Allan Poe.

O Clube entra em total funcionamento no dia 25 de abril de 2013, até lá convidamos todos os interessados a juntarem-se a nós, através do seu registo na página oficial da Edita-Me e do Clube no Goodreads.

No caso da obra Zeprincips - Flutuar, todos os registados poderão usufruir de um desconto de 30% na aquisição do livro através do site da Edita-Me. O mesmo acontecerá a todos os livros analisados pertencentes ao catálogo da Editora.

Ainda para celebrar o novo projeto da Edita-Me, nos primeiros 100 registos, a cada 30 será oferecido um pack de obras da Editora.

Participem! Todos os meses haverá novidades, prémios e algumas coisas mais.

*edita-**M**e, Editora, Lda.*

www: http://www.edita-me.pt

facebook:http://www.facebook.com/EditaMeEditora

blog: http://edita-me.blogspot.com

Anexo L

ASSUNTO - PROPOSTA DE PARCERIA
ATIVIDADE PARA FÉRIAS ESCOLARES:
ALUNOS 1º E 2º CICLO

A Edita-Me Editora vem por este meio apresentar uma proposta de parceria ao **Pedagonal – Centro de Actividades Pedagógicas.**

Com o aproximar do período das férias de natal, começam os preparativos para a ocupação de tempos livres de alunos que frequentam espaços como o vosso. É neste sentido que nos disponibilizamos para cooperar em atividades a realizar durante esse período.

A Edita-me é uma editora que trabalha com novos autores e que tem por objetivo a produção de obras com qualidade e valor para os seus leitores. Editamos poesia, prosa e literatura infanto-juvenil, entre outros, com principal orientação para os conteúdos lúdicos. Temos também uma área de projetos dentro do qual desenvolvemos o nosso Projeto Educação que já conta com oito obras, resultantes do trabalho de inúmeros alunos de escolas portuguesas. Este projeto tem-se mostrado extremamente positivo, motivando-nos a expandir atividades semelhantes a contextos extraescolares.

Assim, estamos neste momento a dinamizar o projeto "Ler é Voar", baseado no livro *Voar nas Asas do Sonho* de Patrice Pacheco. Trata-se de uma obra recentemente editada por nós e que nos apresenta Ísis, uma menina corajosa que aceita o desafio de embarcar numa viagem mágica pelo mundo das artes. Uma viagem que tem como destino a felicidade, mas para lá chegar a protagonista terá de ultrapassar algumas adversidades.

Assumindo uma temática difícil (afinal, como se explica a felicidade?) a autora recorre aos diálogos para uma clarificação das ideias que pretende transmitir. Igualmente importante são os elementos sensoriais que invoca, como a visão, a audição e o tato, fruto do "mundo artístico" em que a história se desenrola. Por esta razão a linguagem utilizada se revela tão variada sem, contudo, comprometer a leitura.

Escrito por uma professora, o livro apresenta uma mais-valia que o destaca de outros títulos do mesmo género. Encontra-se dividido em duas partes, sendo a primeira dedicada à narrativa e a segunda à dramatização da mesma história, intitulada *Voar nas Asas do Sonho: O Teatrinho da Arte*. Ora, esta dualidade enriquece largamente a história permitindo ao leitor que também participe. Por estas razões acreditamos que *Voar nas Asas do Sonho* se apresenta como um bom ponto de partida para o projeto "Ler é Voar".

Como atividades a desenvolver pelas crianças, propomos, entre outros, a leitura da narrativa e a representação da peça para encarregados de educação, familiares e amigos. Por se tratar de uma história pequena prevemos que a preparação de um evento deste tipo não se deverá prolongar por mais de duas semanas.

Paralelamente, e por a história de Ísis se desenrolar no mundo das artes, a leitura da obra pode ser acompanhada por atividades plásticas que incentivem a criatividade de cada aluno.

Importa referir que estas ideias não são limitativas a outras propostas que nos possam apresentar.

Caso entendam com interesse e, sendo possível uma coordenação de agendas, poderá a autora estar presente aquando da realização do evento, ou em outra altura que entendam por bem.

Desde já agradecemos a eventual colaboração e apresentamos a total disponibilidade para qualquer esclarecimento.

Para mais informação sobre a obra e a autora:

http://www.edita-me.pt/product_info.php?products_id=141

http://www.edita-me.pt/author_info.php?author_id=89

*edita-**M**e, Editora, Lda.*

www: http://www.edita-me.pt

facebook:http://www.facebook.com/EditaMeEditora

blog: http://edita-me.blogspot.com

Anexo M

Lista de centros selecionados para envio de proposta

MAIA

CUBO - Centro Pedagógico
Mail: cubo.centro.pedagogico@gmail.com
Morada: Rua Sidónio Pais, 305 Nogueira - Maia
Tel: 229601940

Pensar e Saber Academia de Estudos
Mail: info@pensaresaber.com
Morada: Praceta Almeida Garrett, 75 4425-612 Pedrouços, Maia
Telm.: 96 328 96 40

Santa Maria Centro de Estudo - Sábias Leituras
Mail: sabiasleituras@hotmail.com, secretaria.sabias@hotmail.com
Morada: Rua Velha de Mandim, 288, 4475-054 Maia
Tel: 229 421 162

GAIA

Arca das Histórias – Centro de Explicações (contacto via Facebook)
Praceta 25 Abril 35,1º-DVila Nova de Gaia-Mafamude 4430-257 Vila Nova de Gaia
Tel: 223 755 571

MATOSINHOS

Pedagonal - Centro Actividades Pedagógicas Lda. (contacto via Facebook)
Mail: info@pedagonal.com.
Morada: R. Moinho Vento 335, Leça da Palmeira, Matosinhos, Porto, 4450-740
Tel: 229966626

PORTO

Centro de Estudo Eureka (contacto via Facebook)
Morada: Avenida Mar Gomes Costa 475 4150-358 PORTO - Lordelo do Ouro
Tel: 220 406 208

Os Sabichões-Sala de Estudo
Mail: centro_estudos@hotmail.com
Morada: Rua Grijó 72
4150-384 PORTO, Lordelo do Ouro
Tel: 220 423 648 - 220 442 631

Genius & Ingenius
Mail: geral@geniuseingenium.com
Morada: Rua Guerra Junqueiro, 476 | 4150-387 Porto
Tel: 226 008 236

Centro de Estudos da Boavista
Mail: geral@estudosboavista.com
Morada: Av. da Boavista, 1681, 4º andar Edificio Bristol | 4100 - 132 Porto
Tlf | 22 609 43 93

Letras e Algarismos
Mail: geral@letrasealgarismos.pt
Morada: Rua São Mamede, nº 56, 4435-439 Rio Tinto, Porto, Portugal
Telefone: 222 007 002

RIO TINTO

Caneta & Papel – Centro de Atividades Pedagógicas
Mail: canetapapel@iol.pt
Morada: RUA PASSOS MANUEL, 223. 3º ANDAR
4000-385 PORTO
Telefone: 224889367

Viecoli – Centro de Estudos, Lda
Mail: viecoli-sala-de-estudo@hotmail.com
Morada: Rua Fernão Magalhães 443, 2º -D 4435-246 Rio Tinto
Telefone: 224 861 967

Estudolândia Sala de Estudo (contacto via Facebook)
Morada: Rua Padre Domingos Baião 69 4435-764 Baguim do Monte
Telefone: 220 440 484

Anexo N

edita-me

ASSUNTO:
PROPOSTA DE PARCERIA Visão Júnior – Edita-Me

A Edita-Me Editora vem por este meio apresentar uma proposta de parceria à Revista Visão Júnior.

Somos uma editora que para além de desenvolver trabalho com autores já afirmados na edição, trabalha também com novos autores, tendo por objetivo a produção de obras com qualidade e valor para os seus leitores. Com principal orientação para os conteúdos lúdicos, editamos poesia, prosa e literatura infanto-juvenil. Temos também uma área de projetos dentro da qual desenvolvemos o nosso *Projeto Educação* que conta já com oito títulos, resultantes do trabalho de inúmeros alunos de escolas portuguesas. Este projeto tem-se mostrado extremamente positivo, motivando-nos a expandir a nossa ação a atividades semelhantes em contextos extraescolares.

A atividade mais recente, intitulada de "Ler é Voar", é uma prova desse esforço, tendo sido desenvolvida em centros de atividades pedagógicas com foco nos alunos do 1º e 2º ciclo. O projeto foi baseado no livro Voar nas Asas do Sonho de Patrice Pacheco, recentemente editada por nós e que nos apresenta Ísis, uma menina corajosa que aceita o desafio de embarcar numa viagem mágica pelo mundo das artes. Uma viagem que tem como destino a felicidade, mas para lá chegar a protagonista terá de ultrapassar algumas adversidades. Ora, a temática abordada destaca-se pelo desafio que impõe ao jovem leitor, motivando uma aprendizagem de valores, ao mesmo tempo que se procura motivar a leitura através de atividades didáticas, como a representação da peça de teatro, parte integrante da obra.

Com isto, pretendemos demonstrar o tipo de atividades já realizadas mas, também, apresentar a nossa disponibilidade para equacionar novas ações, como a realização de passatempos no âmbito da Vossa revista, com a cedência de um determinado número de exemplares da nossa parte, ou a interação dos leitores da **Visão Júnior**, através de questões colocadas aos nossos autores de literatura infanto-juvenil, ou outras que possamos em conjunto equacionar.

Caso entendam com interesse a comunicação que agora vos dirigimos, poderemos estabelecer um contacto mais direto e personalizado sobre atividades que no momento possam ser oportunas para a vossa revista.

Desde já agradecemos a eventual colaboração e apresentamos a total disponibilidade para qualquer esclarecimento.

Para mais informação sobre os títulos do nosso Projeto Educação:
http://www.edita-me.pt/index.php?cPath=23&osCsid=2c2406b49b37cc2ebfcde551412c2d8d

Para mais informação sobre os títulos de literatura infanto-juvenil:
http://www.edita-me.pt/index.php?cPath=16
http://www.edita-me.pt/index.php?cPath=18

edita-Me, Editora, Lda.
www: http://www.edita-me.pt
facebook:http://www.facebook.com/EditaMeEditora
blog: http://edita-me.blog

Anexo O

edita-me

ASSUNTO:
Proposta de parceria para concretização da "Hora do Conto"

A Edita-Me Editora vem por este meio apresentar uma proposta de parceria à Biblioteca Municipal Almeida Garrette, com a intenção de dinamizar o projeto "Hora do Conto".

A Edita-me é uma editora que trabalha com novos autores e que tem por objetivo a produção de obras com qualidade e valor para os seus leitores. Editamos poesia, prosa e literatura infanto-juvenil, entre outros, com principal orientação para os conteúdos lúdicos. Temos também uma área de projetos dentro do qual desenvolvemos o nosso Projeto Educação que já conta com oito obras, resultantes do trabalho de inúmeros alunos de escolas portuguesas. Este projeto tem-se mostrado extremamente positivo, motivando-nos a expandir atividades semelhantes a contextos extraescolares.

Assim, estamos neste momento a organizar a "Hora do Conto", onde os nossos autores de obras infanto-juvenis se disponibilizam a participar numa leitura das respectivas obras às crianças utilizadoras do vosso espaço, promovendo hábitos de leitura junto dos mais jovens.

Para arrancar com esta atividade propomos o livro *Voar nas Asas do Sonho* de Patrice Pacheco. Trata-se de uma obra recentemente editada por nós e que nos apresenta Ísis, uma menina corajosa que aceita o desafio de embarcar numa viagem mágica pelo mundo das artes. Uma viagem que tem como destino a felicidade, mas para lá chegar a protagonista terá de ultrapassar algumas adversidades.

Assumindo uma temática difícil (afinal, como se explica a felicidade?) a autora recorre aos diálogos para uma clarificação das ideias que pretende transmitir. Igualmente importante são os elementos sensoriais que invoca, como a visão, a audição e o tato, fruto do "mundo artístico" em que a história se desenrola. Por esta razão a linguagem utilizada se revela tão variada sem, contudo, comprometer a leitura.

Escrito por uma professora, o livro apresenta uma mais-valia que o destaca de outros títulos do mesmo género. Encontra-se dividido em duas partes, sendo a primeira dedicada à narrativa e a segunda à dramatização da mesma história, intitulada *Voar nas Asas do Sonho: O Teatrinho da Arte*. Ora, esta dualidade enriquece largamente a história permitindo ao leitor que também participe. Por estas razões acreditamos que *Voar nas Asas do Sonho* se apresenta como um bom ponto de partida para o projeto "Hora do Conto".

Importa referir que estamos disponíveis para adaptar a nossa proposta às exigências do vosso programa de atividades ou, até, para receber ideias vossas.

Desde já agradecemos a eventual colaboração e apresentamos a total disponibilidade para qualquer esclarecimento.

Para mais informação sobre a obra e a autora:
http://www.edita-me.pt/product_info.php?products_id=141
http://www.edita-me.pt/author_info.php?author_id=89

edita-Me, Editora, Lda.
www: http://www.edita-me.pt
facebook:http://www.facebook.com/EditaMeEditora
blog: http://edita-me.blogspot.com

Anexo P

Lista de bibliotecas selecionadas para envio de proposta “Hora do Conto”

Biblioteca Pública Municipal do Porto

Telefone: 225193480

Telefone: 225193488

E-mail: bpmp@cm-porto.pt

Biblioteca Municipal Almeida Garrett

Telefone: 226081000

Telefone: 226081057

E-mail: bib.agarrett@cm-porto.pt

Biblioteca Municipal de Gondomar

Telefone: 224 664 770

Fax: 224 664 770

E-mail: biblioteca@cm-gondomar.pt

Biblioteca Municipal de Valongo

Telefone: 22 421 06 53

Telefone: 22 421 92 70

E-mail: biblioteca@cm-valongo.pt

Biblioteca do Agrupamento de Escolas de Rio Tinto

E-mail: bibliotecaescolar_rt@gmail.pt