



**Universidade de Aveiro** Departamento de Línguas e Culturas  
2015

**CATARINA DA COSTA MAGALHÃES**    **RELATÓRIO DE ESTÁGIO EM EDIÇÃO  
NA PORTO EDITORA**

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 da Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez Mesquita, Professora Associada do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.



Dedico este trabalho aos meus Pais, por todas as oportunidades que me proporcionaram e pelo apoio constante.



## **o júri**

presidente

**Professor Doutor João Manuel Nunes Torrão**  
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

**Professora Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez Mesquita**  
Professora Associada da Universidade de Aveiro (orientadora)

**Professor Doutor Pedro Manuel Reis Amado**  
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro (arguente)

**Licenciada Maria Cláudia Filipe Pires Gomes**  
Diretora da Divisão Editorial Literária da Porto Editora, reconhecida como especialista pela Universidade de Aveiro



## **agradecimentos**

À Dra. Cláudia Gomes, por me ter dado a oportunidade de realizar este estágio e por todos os ensinamentos, que tanto me ajudaram a compreender melhor o lado de quem edita.

A toda a equipa da Divisão Editorial Literária do Porto (Ana, Andrea, Margarida, Mónica, Nuno, Orlando, Paula, Rui e Vítor), que me recebeu de braços abertos e com toda a paciência para me ensinar, valorizando as minhas opiniões e fazendo-me sentir parte da equipa.

À Prof.<sup>a</sup> Doutora Maria Teresa Cortez, por toda a disponibilidade para me ouvir e aconselhar.

À Margarida, pela ajuda nesta etapa final, e por me incentivar sempre a escrever este relatório com um sorriso.

À Inês, companheira neste Mestrado, por todos os almoços e gargalhadas, e por ser a metade ideal em cada trabalho em conjunto.

À Pipas, por toda a amizade e encorajamento, e pela revisão final para garantir o mínimo de gralhas possível.

Aos meus Pais e à minha irmã, pelo apoio incansável, pelo carinho e pela confiança depositada nas minhas capacidades.





**palavras-chave**

Mercado editorial, *e-book*, revisão textual, *design* de capas, *marketing*, guias de viagem: Porto Editora-DK e *CityPack*.

**resumo**

O presente relatório visa apresentar as atividades por mim desenvolvidas na Divisão Editorial Literária do Porto, da Porto Editora, nomeadamente para a chancela Coolbooks, durante o estágio curricular que realizei nesse departamento editorial (de 03 de novembro de 2014 a 30 de abril de 2015), enquadrado no Mestrado em Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro.



**keywords**

Publishing market, e-book, editing, covers design, marketing, travel guides: Porto Editora-DK and CityPack.

**abstract**

This report describes the activities developed by me at the Literary Publishing Division of Porto of Porto Editora Publishing Group, specially for the Coolbooks imprint, during the curricular internship in that department in the second year of the Master Degree in Publishing Studies of University of Aveiro (from 3 November 2014 to 30 April 2015).



## Índice

Índice de Figuras .....	14
Introdução .....	17
1. O Grupo Porto Editora e o mercado editorial português .....	19
1.1. A Divisão Editorial Literária do Porto .....	21
2. A Chancela Digital: Coolbooks .....	27
2.1. Apresentação da chancela e enquadramento na editora.....	27
2.2. Leitura e análise de propostas editoriais .....	35
2.3. Revisão de obras a publicar e verificação de emendas .....	42
2.4. Sinopses .....	45
2.5. Capas .....	52
2.6. Estratégias de <i>marketing</i> e promoção na Internet.....	62
2.6.1. Facebook.....	63
2.6.2. <i>Website</i> da Coolbooks .....	67
2.6.3. Promoções .....	73
2.6.4. Opiniões: Goodreads e blogues .....	76
3. Coedição: Guias de Viagem .....	81
3.1. Especificidades e dificuldades da coedição .....	81
3.2. Guias de viagem DK: nova edição .....	85
3.3. Guias de viagem <i>CityPack</i> : atualização para novas edições.....	91
4. Outras atividades para edições em suporte de papel .....	96
4.1. OCR – Optical Character Recognition.....	96
4.2. Revisão de tradução: de inglês e de espanhol para português.....	99
4.3. Índices onomásticos .....	103
Considerações finais .....	104
Bibliografia.....	107
<i>Websites</i> consultados .....	112

## Índice de Figuras

<b>Fig. 1</b> Carina Rosa, <i>A sombra de um passado</i> ( <b>Romance</b> ).....	27
<b>Fig. 2</b> H.M.S. Pereira, <i>Manual de sobrevivência em português</i> ( <b>Ficção</b> ) .....	27
<b>Fig. 3</b> Patricia Morais, <i>Sombras</i> ( <b>Fantástica</b> ).....	27
<b>Fig. 4</b> Carlos Soares, <i>A Menina</i> ( <b>Erótica</b> ) .....	27
<b>Fig. 5</b> Humberto Duarte, <i>Um anjo pela metade</i> ( <b>Policial/Thriller</b> ) .....	27
<b>Fig. 6</b> Célia Godinho Lourenço, <i>A velha dos pombos e outras histórias</i> ( <b>Contos</b> ).....	27
<b>Fig. 7</b> Tiago Rendeiro de Matos, <i>Direções</i> ( <b>Literatura de Viagem</b> ) .....	27
<b>Fig. 8</b> Rui Péricles, <i>A bela é o monstro</i> ( <b>Juvenil</b> ).....	27
<b>Fig. 9</b> José Micard Teixeira, <i>Saiba como mudar a sua vida</i> ( <b>Desenvolvimento pessoal</b> )....	27
<b>Fig. 10</b> Carla Ramalho, <i>Pelas ruas de uma cidade sem nome</i> .....	38
<b>Fig. 11</b> Tiago Rendeiro de Matos, <i>Direções</i> .....	39
<b>Fig. 12</b> Tomás Borges de Castro, <i>Aventuras de Flauto – A Maldição da Porta de Gelo</i> .....	39
<b>Fig. 13</b> Célia Godinho Lourenço, <i>Conspiração</i> .....	54
<b>Fig. 14</b> Olinda P. Gil, <i>Sudoeste – 1ª obra da autora publicada na Coolbooks</i> .....	55
<b>Fig. 15</b> Célia Godinho Lourenço, <i>A velha dos pombos e outras histórias – 1ª obra da autora publicada na Coolbooks com uma capa na linha da que Olinda P. Gil queria para a sua 2ª obra</i> .....	55
<b>Fig. 16</b> Olinda P. Gil, <i>Sobreviventes</i> .....	56
<b>Fig. 17</b> Bernarda de Souza, <i>No Trilho dos Sonhos</i> .....	58
<b>Fig. 18</b> Rui Miguel Almeida, <i>O Diário do meu Suicídio</i> .....	58
<b>Fig. 19</b> Imagem de livros da Coolbooks numa pesquisa na WOOK .....	60
<b>Fig. 20</b> Página do livro de Vasco Saragoça, <i>Manhã Clara</i> , na WOOK .....	60
<b>Fig. 21</b> Imagem divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias antes do lançamento de uma nova obra .....	62

<b>Fig. 22</b> Imagem divulgada no Facebook da Coolbooks no dia do lançamento da nova obra .....	62
<b>Fig. 23</b> Citação do livro, divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias depois do lançamento da obra .....	63
<b>Fig. 24</b> Citação do livro, divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias depois do lançamento da obra .....	63
<b>Fig. 25</b> Página de Facebook da autora Carla Ramalho, dia 9 de outubro (909 gostos) .....	65
<b>Fig. 26</b> Visão da página inicial do <i>website</i> da Coolbooks .....	66
<b>Fig. 27</b> Mensagem da autora Carla Ramalho aos leitores .....	67
<b>Fig. 28</b> Discurso Direto de Carla Ramalho (1) .....	68
<b>Fig. 29</b> Discurso Direto de Carla Ramalho (2) .....	69
<b>Fig. 30</b> Banda Sonora do livro de Carla Ramalho, <i>Pelas ruas de uma cidade sem nome</i> ....	70
<b>Fig. 31</b> <i>Playlists</i> da Coolbooks no Spotify .....	70
<b>Fig. 32</b> Cooluna de autor de Carla Ramalho (1) .....	71
<b>Fig. 33</b> Cooluna de autor de Carla Ramalho (2) .....	72
<b>Fig. 34</b> Imagem promoção 20% nos mais vendidos .....	74
<b>Fig. 35</b> Imagem promoção 25% na compra de dois <i>e-books</i> Coolbooks .....	74
<b>Fig. 36</b> Imagem promoção Dia dos Namorados: leve 2 e pague 1 .....	74
<b>Fig. 37</b> Página inicial do <i>website</i> dos Guias Porto Editora-DK (1).....	85
<b>Fig. 38</b> Página inicial do <i>website</i> dos Guias Porto Editora-DK (2).....	86
<b>Fig. 39</b> Capa do guia de viagem Porto Editora-DK <i>Itália</i> .....	86
<b>Fig. 40</b> Dupla página do guia de viagem Porto Editora-DK <i>Itália</i> : P1 .....	87
<b>Fig. 41</b> Dupla página do guia de viagem Porto Editora-DK <i>Itália</i> : P1 .....	88
<b>Fig. 42</b> Capas atuais dos <i>CityPack</i> em que trabalhei.....	90
<b>Fig. 43</b> Página dupla <i>CityPack Viena</i> (2014) .....	93

<b>Fig. 44</b> Página dupla <i>CityPack Madrid</i> (2015).....	93
<b>Fig. 45</b> Capa da edição original, <i>CityPack Vienna</i> .....	94
<b>Fig. 46</b> Capa da edição portuguesa, <i>CityPack Viena</i> .....	94
<b>Fig. 47</b> Lista de sinais para correção utilizados na Porto Editora .....	99



## Introdução

Iniciei o meu estágio curricular na Divisão Editorial Literária do Porto, da Porto Editora, em novembro de 2014, no âmbito do mestrado em Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro, em que ingressei no ano letivo 2013/2014.

Apesar de ter expectativas muito elevadas quando comecei, ao fim de seis meses na DEL-P, estas foram superadas. Este estágio curricular abriu-me as portas do mundo da edição, sendo o melhor complemento de tudo o que aprendi durante o primeiro ano do mestrado, nas várias disciplinas.

Na DEL-P pude trabalhar nos livros digitais, da chancela Coolbooks, nos guias de viagem (Porto Editora-DK e *CityPack*), no *marketing* do livro nas redes sociais, assim como em outras etapas da edição de obras digitais e em suporte de papel. Este estágio permitiu-me aprender todos os dias, a trabalhar e a ver os meus colegas trabalhar, e participando em todas as reuniões com a Dra. Cláudia e com os outros coordenadores.

Consegui colocar-me no lugar dos coordenadores sem abandonar o meu papel de leitora inveterada, olhando hoje para esta profissão com renovado respeito e a certeza de que a minha realização profissional passará também pela área editorial.

O mundo editorial está em constante evolução e é preciso que se esteja sempre atento a todas as mudanças, novidades, oscilações. É também esse o papel do editor, e familiarizei-me com esse lado da edição e com a exigência deste trabalho enquanto estagiei na DEL-P.

Neste relatório, começo por fazer uma breve apresentação do Grupo Porto Editora e do estado atual do mercado editorial português, focando-me depois na Divisão Editorial Literária do Porto, criada em 2005.

Segue-se um capítulo destinado à chancela digital Coolbooks, onde despendi grande parte do meu tempo durante este estágio. Após uma apresentação desta chancela, onde também falo sobre os aparelhos/plataformas nos quais se podem ler livros da

Coolbooks; explico com mais pormenor cada uma das etapas em que trabalhei e tanto aprendi: análise de propostas editoriais, revisão de texto, elaboração de sinopses, capas dos livros digitais, e, por fim, estratégias de *marketing* e promoção na Internet.

O terceiro capítulo deste relatório diz respeito ao trabalho que efetuei nos guias de viagem, à minha aprendizagem num tipo de edição diferente, a coedição, com todas as suas especificidades e dificuldades. Explico as diferenças entre as duas coleções de guias de viagem publicadas pela DEL-P: os Porto Editora-DK e os *CityPack*.

O último capítulo diz respeito a algumas das atividades mais recorrentes que realizei para edições em suporte de papel. Estas têm as suas diferenças em relação à edição digital, nomeadamente por parte da revisão ser feita em papel e não no computador.

Neste quarto capítulo abordo o meu trabalho com OCR – Optical Character Recognition, um sistema que permite às editoras digitalizar edições em suporte de papel, transformando o conteúdo em códigos editáveis em computador. Desta forma, conseguimos ter o texto num ficheiro WORD e podemos trabalhá-lo. Foi esta a minha intervenção: “limpar” o documento e trabalhar o texto para publicação.

Falo também da revisão de tradução, que é um pouco diferente da revisão de obras de autores portugueses. Apresento o meu trabalho de revisão da tradução de inglês e espanhol para português, passando também pelo processo de verificação de aplicação do Novo Acordo Ortográfico nas reimpressões.

Para terminar este capítulo, menciono o meu trabalho em dois índices onomásticos, explicando como esta tarefa que parece tão simples tem dificuldades ocultas.

Termino o relatório<sup>1</sup> com um pequeno balanço deste estágio e do que aprendi na DEL-P e sobre mim mesma enquanto estagiei.

---

<sup>1</sup> Este relatório respeita as regras do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa. Todas as citações respeitam a grafia original, pelo que algumas não se apresentam de acordo com as regras do referido acordo ortográfico.

## 1. O Grupo Porto Editora e o mercado editorial português

A Porto Editora foi fundada em 1944 por um grupo de professores do qual fazia parte o Dr. Vasco Teixeira, para suprir as necessidades da época no que respeitava à edição escolar. Hoje a empresa pertence na totalidade à família Teixeira, sendo gerida pela Dra. Rosália, esposa do falecido Dr. Vasco Teixeira, e pelos filhos: a Dra. Graciete é a responsável pelos Dicionários, o Dr. José António pela área financeira e o Eng.º Vasco Teixeira é quem representa o Grupo Porto Editora, sendo o responsável pela área editorial.

O Grupo Porto Editora é o maior grupo editorial português, constituído pela Porto Editora, Areal Editores, Raiz Editora, Plural Editores Angola, Plural Editores Moçambique, Plural Editores Timor Leste, Sextante Editora, Assírio & Alvim, Ideias de Ler, Albatroz, Livros do Brasil e o Grupo Bertrand Círculo.

O percurso na edição literária começou em 2005, com a criação da Divisão Editorial Literária do Porto (DEL-P). Os primeiros três livros foram publicados em 2006, e, em 2008, foi criada também a Divisão Editorial Literária de Lisboa (DEL-L).

Para se ter uma melhor ideia da dimensão do mercado editorial em que se insere o Grupo Porto Editora, é importante referir alguns valores<sup>2</sup>:

- Desde 2008, ano em que registou 370 milhões de euros em valor de vendas, o mercado editorial teve uma quebra de cerca de 20%, devido à retração do consumo privado e à proliferação dos conteúdos eletrónicos.
- Em 2014, o valor das vendas em Portugal situou-se nos 300 milhões de euros.
- Os dois maiores grupos editoriais (Grupo Porto Editora e LeYa) detêm cerca de 50% das quotas do mercado.

---

<sup>2</sup> Informações retiradas de dois estudos da Sectores Portugal sobre a indústria editorial, de 2014 e 2015.

Consultados a 29/09/2015 e disponíveis em:

[https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2014/jan\\_industria-editorial.pdf](https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2014/jan_industria-editorial.pdf)

<https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2015/jan-industria-editorial.pdf>

- As exportações, que em 2013 se mantiveram estagnadas nos 55 milhões de euros, reduziram quase 8% em 2014, registando um volume de 45 milhões de euros.
- Angola e Moçambique são os principais destinatários dos livros portugueses fora das fronteiras de Portugal, com 47% e 16% do valor total de exportações, respetivamente.

É preciso ainda atentar em alguns números referentes ao Grupo Porto Editora<sup>3</sup>:

- Adquiriu 6 editoras em 13 anos.
- Exporta para cerca de 100 países.
- Vende cerca de 16 milhões de livros por ano.
- Emprega 1400 pessoas.
- Estabilizou as vendas nos 150 milhões de euros e fechou o ano de 2013 com lucros de 16,2 milhões de euros.

Embora o mercado editorial português não esteja em franca expansão, há indicadores positivos a considerar, como por exemplo<sup>4</sup>:

- Em 2013, Portugal faturou 147 milhões de euros na venda de livros (exceto manuais escolares).
- Registando uma queda de apenas 1% em relação ao ano anterior, foi o setor que menos se ressentiu no mercado das indústrias culturais.
- Em comparação, o setor da música teve uma queda de 13%, o dos filmes de 15% e o dos videojogos de 16%.
- Os livros representaram cerca de 55% da faturação total dos 4 setores referidos, com um aumento de 3% em relação a 2012.

Assim se percebe a importância do Grupo Porto Editora num país pequeno como Portugal, quer enquanto empresa estável que garante muitos postos de trabalho, quer

---

<sup>3</sup> NEVES, Rui (2015), «Porto Editora compra Livros do Brasil», *Jornal de Negócios*, 08.01.

<sup>4</sup> PEREIRA, João Pedro (2014), «Livros são os que melhor aguentam a quebra do mercado de entretenimento», *Público*, 17.05.

enquanto empresa cultural, tanto na área escolar, onde detém cerca de 60% do mercado, como na área literária, onde, com pequenos passos, se foi destacando.

### **1.1. A Divisão Editorial Literária do Porto**

A edição literária do Grupo Porto Editora começou por ser responsabilidade da DEL-P, criada em 2005, como já foi referido. Embora hoje, com a posterior criação da DEL-L e a aquisição de outras editoras (como a Assírio & Alvim ou a Sextante, por exemplo) o Grupo Porto Editora prossiga já várias linhas editoriais no âmbito literário, o sucesso e a relevância da DEL-P nunca diminuiu, muito pelo contrário.

A equipa da DEL-P é composta atualmente por sete coordenadores editoriais: Ana Barros, Andrea Silva, Margarida Ferreira, Orlando Almeida, Paula Ventura e Vitor Gonçalves; 2 assessores de comunicação: Nuno Almeida e Rui Couceiro; a secretária administrativa, Mónica Alves, e a diretora editorial, Dra. Cláudia Gomes.

No meu primeiro dia, a Dra. Cláudia fez-me uma visita guiada pelos departamentos no mesmo piso da DEL-P, apresentando-me depois à equipa com a qual iria trabalhar nos seis meses seguintes. Este meio ano permitiu-me perceber como é trabalhar no meio de pessoas que se dão bem, que gostam do que fazem e recebem novos membros (mesmo que temporários) de braços abertos, sendo, todos eles, um pouco professores também. Trabalhar com esta equipa foi a melhor primeira experiência de trabalho que podia ter.

Disse o Eng.º Vasco Teixeira, numa entrevista ao Público<sup>5</sup>, que «os recursos humanos são fundamentais para a personalidade das editoras» e não podia concordar mais. Conhecer e trabalhar com os membros da DEL-P mostrou-me que com paciência e boa vontade tudo se consegue. Embora editar ficção não seja o mesmo que editar um manual escolar, os coordenadores editoriais deixam um pouco de si em cada livro, porque todas as obras são únicas e são as escolhas finais destes coordenadores editoriais que

---

<sup>5</sup> QUEIRÓS, Luís Miguel (2010), «Vasco Teixeira: Para um editor escolar, publicar ficção é fácil», *Público*, 17.11.

definem o produto que chega aos leitores/ clientes, mesmo quando essas escolhas não são visíveis para quem adquire e lê o livro.

O trabalho dos coordenadores editoriais é delicado. Se, por um lado, querem valorizar os autores portugueses e levar aos leitores obras de qualidade, por outro, uma editora é uma empresa e, como tal, tem de ser lucrativa.

Publicavam-se, em 2013, cerca de 30 livros por dia em Portugal, o que pode parecer um contrassenso num país onde se lê pouco e o mercado é pequeno. Este dado, aliado ao aumento do número de vendas de livros nos hipermercados (em 2013, 31% das vendas<sup>6</sup> foram registadas nestas superfícies) e livrarias como a FNAC, ao invés do que se passou nas livrarias independentes, reflete a opinião de João Teixeira Lopes e Lina Antunes:

Ler livros não é [hoje] um acto vital. Não é igualmente um acto de reverência ao património literário [...] a leitura é uma prática como outras, de divertimento ou de formação, submetida à intermitência dos desejos e das necessidades, aos acasos das biografias individuais e ao constrangimento das redes de sociabilidade. (Lopes e Antunes, 2001: 31-35 *apud* Furtado, 2003: 54).

Torna-se fácil entender a importância do papel dos editores, assim como o desafio que enfrentam. Uma vez que os livros são hoje encarados como um entretenimento, e competem diretamente com o cinema, a música, a televisão, e mesmo entre si, devido à grande oferta existente, cabe aos editores selecionar bem as obras que vão editar.

Além disso, é preciso ter em conta que, cada vez mais, os livros e o ato de ler competem com a Internet e tudo o que esta oferece. Os *smartphones* e *tablets*, utilizados por quase toda a população nos dias de hoje, não são adquiridos com a leitura em mente. Embora possam ser utilizados para esse efeito, na verdade, a sua grande utilização passa pela Internet, especificamente pelas redes sociais. Os utilizadores leem as notícias online, passam tempo no Facebook, no Youtube, têm o Whatsapp aberto para conversarem com amigos enquanto partilham mais um tweet no Twitter, e já poucos fazem alguma coisa

---

<sup>6</sup> PEREIRA, João Pedro (2014), «Livros são os que melhor aguentam a quebra do mercado de entretenimento», *Público*, 17.05.

digna de nota que não seja partilhada de imediato no Instagram. A leitura que fazem é rápida, um passar de olhos pelo mural do Facebook, onde só abrem as notícias que lhes captam a atenção, e no minuto seguinte estão a jogar, logo depois visualizam o vídeo que um amigo acabou de partilhar, e comentam no Whatsapp as fotos que aparecem nos seus Instagram. De acordo com Maria João Gala, jornalista do Público<sup>7</sup>:

Um estudo do regulador dos media britânicos, o Ofcom, revela que com a aquisição crescente de *smartphones* e *tablets* desde 2005, o número de horas passadas ligadas à Internet passou de cerca de 10 por semana para 20 horas e 30 minutos, em média, em 2014. [...] O Ofcom concluiu ainda que a proporção de adultos que acede à web aumentou de seis em dez para nove em dez, e que mais pessoas estão a utilizar os seus dispositivos móveis para ver televisão e vídeos na Internet. [...] A utilização de dispositivos móveis registou ainda aumentos quando se fala do acesso a redes sociais. Na primeira vez que o organismo britânico questionou o uso de redes sociais, em 2007, 22% dos inquiridos confirmaram-no. No final de 2014, 72% das pessoas questionadas, com mais de 16 anos, afirmaram que o fazem. A percentagem aumenta para 81%, quando a pergunta se refere se o acesso ao Facebook, Twitter ou Instagram é feito a nível diário.

Também um inquérito do Instituto Nacional de Engenharia de Sistemas e Computadores -INOV-INESC com o Instituto Superior Técnico, de 2014, já previa esta tendência<sup>8</sup>:

A utilização de telemóveis pelos jovens para acesso à Internet, nomeadamente às redes sociais, duplicou nos últimos três anos e o tablet está entre os equipamentos mais utilizados em casa. [...] "Não houve grandes novidades em relação àquilo que se passou nos últimos anos e a grande diferença em relação aos anos anteriores é que há mais estudantes a usar o telefone para aceder à Internet e às redes sociais, uma tendência a confirmar aquilo que já se estava à espera, ou seja, que a utilização dos

---

<sup>7</sup> GALA, Maria João (2015), «Horas passadas online duplicaram em dez anos entre pessoas acima dos 16 anos», *Público*, 14.05.

<sup>8</sup> HONG-JI, Kim (2014), «Utilização de telemóveis para aceder à Internet duplicou entre jovens portugueses», *Público (Reuters)*, 30.11.

telefones e também dos tablets tem vindo a aumentar", disse à agência Lusa Luís Correia, do INOV-INESC.

Ler é um ato solitário, que requer tempo e gosto da parte do leitor. É uma atividade que cada vez menos se coaduna com a celeridade do mundo em que vivemos, onde tudo passa num *flash* e depressa é esquecido. Este facto torna a atividade dos editores não só um grande desafio como também uma enorme necessidade, uma vez que a leitura enquanto passatempo precisa de ser reforçada. E para que as pessoas encarem a leitura como um prazer, e almejem por uns minutos para lerem mais um capítulo daquele livro tão interessante, é preciso que a seleção dos editores vá então de encontro ao que agrada e interessa aos leitores.

Essa seleção assentará sempre num balanço entre as obras de grande valor literário e cultural, premiadas ou não, e as obras que os leitores/ clientes mais adquirem e leem, os considerados *bestsellers* (na maioria das vezes, internacionais).

Uma grande editora vê-se então na necessidade de publicar as obras que interessem à maioria dos consumidores, uma vez que estes têm hoje cada vez mais canais de contacto com as editoras, deixando claro qual a literatura que querem ver traduzida para a nossa língua. Assim, porque vão ao encontro dos desejos dos leitores, as editoras conseguem ter lucros que permitam depois a edição de livros desejados por uma minoria.

É essa linha ténue que os coordenadores editoriais da DEL-P têm de cruzar todos os dias, sempre que recebem propostas editoriais (nacionais e internacionais), sempre que se mantêm a par das novidades no mercado editorial mundial, sempre que analisam estudos de consumo. De acordo com o Eng.<sup>o</sup> Vasco Teixeira: «um editor tem de perguntar-se sempre o que levará o público a comprar determinado livro<sup>9</sup>.»

A DEL-P tem um catálogo diversificado, onde o leitor encontra de tudo um pouco, não apenas na área da literatura, mas noutros segmentos: ficção portuguesa e ficção estrangeira traduzida, ficção juvenil, literatura erótica feminina, livros de autoajuda e

---

<sup>9</sup> TELES, Alexandra Tavares (2013), «Em políticos de qualidade talvez sejamos pobres, mas em cultura não», *Diário de Notícias*, 16.06.



desenvolvimento pessoal, guias de viagens, livros de culinária e manuais de utilização (coleção *Para Totós*).

Na sua grande maioria, as obras da DEL-P inserem-se nas categorias de ficção portuguesa e estrangeira traduzida, incluindo o catálogo, na opinião dos críticos, literatura menos exigente, a chamada literatura *light*. Hoje o termo já não é tão pejorativo, uma vez que é exatamente este “tipo” de literatura que leva muitos adultos, sem quaisquer hábitos de leitura, a pegar num livro. Ora, pegar num livro e gostar de o ler é essencial, porque é uma garantia quase certa de que lerá mais livros.

Nas palavras de Maria da Graça Pereira:

Há, no entanto, um factor que deverá ser tido em conta na avaliação da literatura *light*: os sucessos de venda – associados, inegavelmente, a esta literatura – apresentam enormes potencialidades na melhoria do nível de literacia de uma comunidade. [...] Ler, para se tornar um hábito, tem de ser visto como algo lúdico, algo que dá prazer. Deverá ser um acto descontraído, sem pressões, que nos deixe “saborear” o texto e as suas evocações. Muitos limitar-se-ão à leitura dessas obras *light*; outros procurarão outros textos, tentarão encontrar títulos que lhes permitam alargar os horizontes e que correspondam a outro nível de exigência, a outras expectativas. O importante é ler: se a leitura que consideramos *light* for desencorajada por parte daqueles que regulamentam o cânone, dificilmente se conseguirão fidelizar leitores para outros textos. (Pereira, 2006: 174-175)

Assim, na DEL-P cada editor tem de decidir que livros publicar tendo em atenção estas condicionantes e não esquecendo que os leitores acompanham determinado autor e/ ou aguardam as traduções de *bestsellers* internacionais; não esquecendo também que é importante abrir outros horizontes a esses mesmos leitores. Considerando que na DEL-P tanto se editam os livros de Dorothy Koomson ou Sveva Casati Modignani como os de Valter Hugo Mãe, por exemplo, torna-se evidente que as decisões editoriais desta divisão editorial literária são plurais e que a diretora editorial e os coordenadores editoriais procuram atender a diversos “deveres” para com os leitores portugueses: o “dever” de lhes agradar e o “dever” de lhes expandir horizontes.

Mais se perceberá ainda a responsabilidade desta equipa editorial ao ler as palavras do Eng.º Vasco Teixeira<sup>10</sup>:

Na ficção, o meu papel é gerir e coordenar, definir a linha estratégica e não o faço sozinho. Daí assumir-me como coordenador. Claro que tenho uma opinião, mas as decisões finais são dos diretores editoriais. Dou-lhes liberdade. A decisão final sobre a publicação de um livro é deles e só imponho a minha opinião em casos extremos.

Tem então a DEL-P uma grande autonomia na escolha dos títulos a publicar, depois de decidida a linha editorial a seguir. A Dra. Cláudia, enquanto diretora editorial da DEL-P, está sempre atenta ao mercado editorial (português e internacional) e trabalha de perto com todos os coordenadores, decidindo cada passo no processo de edição de um livro em conjunto com estes, e ouvindo as opiniões de todos. Mesmo eu, enquanto estagiária, fui sempre incentivada a opinar e a sugerir qualquer alteração que achasse pertinente, assim como a colocar quaisquer questões que tivesse, porque a DEL-P é uma equipa que funciona bem exatamente por serem todos bons profissionais e bons colegas, que valorizam cada opinião e estão dispostos a aprender (e a ensinar) todos os dias.

---

<sup>10</sup> TELES, Alexandra Tavares (2013), «Em políticos de qualidade talvez sejamos pobres, mas em cultura não», *Diário de Notícias*, 16.06.

## **2. A Chancela Digital: Coolbooks**

### **2.1. Apresentação da chancela e enquadramento na editora**

O mercado editorial digital é ainda pouco expressivo em Portugal. Ainda assim, a Porto Editora sentiu que estava na altura de não só entrar nesse campo como destacar-se de todos os outros editores que atuam na área digital ao fazê-lo. Depois de estudos de mercado, muita ponderação e um grande trabalho de todos os que estiveram envolvidos na criação desta chancela, em abril de 2014 a Coolbooks foi apresentada ao público português.

A Coolbooks começou com sete obras e tem hoje 40 obras publicadas, que abrangem vários géneros:

- Romance
- Ficção
- Fantástico
- Erótico
- Policial/Thriller
- Contos
- Literatura de viagem
- Juvenil
- Desenvolvimento pessoal

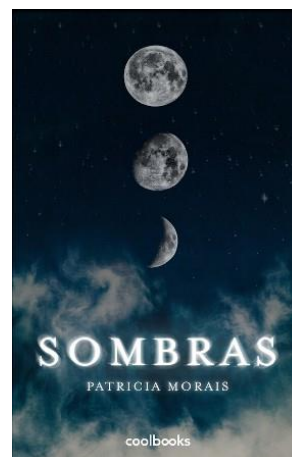
A título de exemplo, apresento uma capa de cada categoria, respeitando a ordem da lista acima.



**Fig. 1** Carina Rosa, *A sombra de um passado* (Romance)



**Fig. 2** H.M.S. Pereira, *Manual de sobrevivência em português* (Ficção)



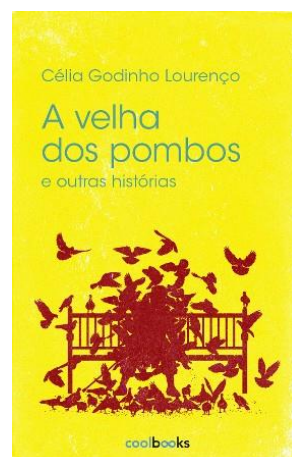
**Fig. 3** Patricia Morais, *Sombras* (Fantástica)



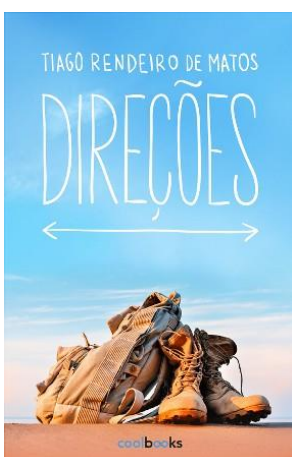
**Fig. 4** Carlos Soares, *A Menina* (Erótica)



**Fig. 5** Humberto Duarte, *Um anjo pela metade* (Policial/Thriller)



**Fig. 6** Célia G. Lourenço, *A velha dos pombos e outras histórias* (Contos)



**Fig. 7** Tiago Rendeiro de Matos, *Direções* (Literatura de Viagem)



**Fig. 8** Rui Péricles, *A bela é o monstro* (Juvenil)



**Fig. 9** José Micard Teixeira, *Saiba como mudar a sua vida* (Desenvolvimento pessoal)

A Coolbooks está inserida na DEL-P, sob a coordenação editorial de Vitor Gonçalves. Como se pode verificar pelas capas e legendas, os autores da Coolbooks são pouco conhecidos ou mesmo inéditos, sendo exatamente essa a ideia da linha editorial da Coolbooks. Esta chancela é, nas palavras do responsável pela mesma<sup>11</sup>, «uma editora generalista, que pretende ir ao encontro dos gostos de vários tipos de leitores». A Coolbooks publica autores portugueses, dando vida a algumas das obras que se encontram entre as «dezenas de originais que a Porto Editora recebe semanalmente» e que seria demasiado arriscado publicar em papel.

Embora às obras da Coolbooks não falte qualidade, uma vez que passam pelo crivo de exigência de todas as obras publicadas pelo Grupo Porto Editora (distinguindo-se completamente da corrente de autopublicação<sup>12</sup> tão em voga em Portugal, seja em *e-book* seja em suporte de papel), estas deparam-se com algumas dificuldades acrescidas para chegarem aos leitores.

Primeiro, e embora isso esteja a mudar aos poucos, ainda existe muita resistência à edição digital em Portugal. Se muitos querem apenas ler, não lhes importando o formato em que o fazem, outros privilegiam o papel, e rejeitam o suporte digital. Ainda há quem seja contra estes investimentos e inovações, com o receio de que um formato venha a substituir o outro. Ora, a História garante que tal não acontecerá, uma vez que a televisão não veio substituir a rádio, assim como o aspirador não substituiu a vassoura. Na opinião do Eng.º Vasco Teixeira<sup>13</sup>:

[...] o livro em papel não vai ser substituído pelo livro digital. Em alguns casos o papel será substituído por suportes digitais mas acredito que os livros em papel durarão muitos anos. Julgo mesmo que cérebro recebe de maneira diferente a palavra escrita em papel da palavra representada em monitores. São meios diferentes que se

---

<sup>11</sup> QUEIRÓS, Luís Miguel (2014), «Porto Editora lança chancela digital», *Público*, 22.04.

<sup>12</sup> Como exemplos podemos referir: a Escrytos, plataforma de autopublicação gratuita da LeYa, em formato digital (com serviços associados, caso o autor precise, havendo, nesse caso, lugar a pagamento): <http://www.escrytos.com/>; e, no caso da edição em papel, a Edita-me: <http://www.edita-me.pt/index.php>

<sup>13</sup> TELES, Alexandra Tavares (2013), «Em políticos de qualidade talvez sejamos pobres, mas em cultura não», *Diário de Notícias*, 16.06.

complementam e, embora em alguns casos concorram, não se anularão. Daqui a dez anos ambos coexistirão pacificamente.

Depois, é preciso recordar que, embora para muitos leitores os *e-books* sejam livros como os outros, apenas num formato diferente, para a legislação são considerados serviços, sendo portanto taxados a 23%, a taxa de IVA mais elevada em Portugal. Já os livros em suporte de papel beneficiam de uma taxa reduzida, sendo considerados como algo essencial e, portanto, taxados a 6%. Esta discrepância acaba por se notar necessariamente no preço, e, embora na Coolbooks os preços estejam atualmente entre os 2,99€ e os 6,99€, em Portugal o preço do *e-book* costuma ser apenas 10% a 20% mais baixo do que o preço do mesmo livro em suporte de papel<sup>14</sup>.

É importante perceber que os livros digitais passam pelo mesmo trabalho que os livros em suporte de papel. Quando um livro digital é publicado no seguimento da publicação em suporte de papel, o custo extra será o da conversão para EPUB, formato preferencial dos *e-books*, do armazenamento digital dos *e-books* e, porventura, do *marketing* vocacionado especificamente para o *e-book*. Mas, no caso da Coolbooks, o processo de edição de um *e-book* é exatamente igual ao de um livro em suporte de papel, sem que exista esse mesmo suporte, uma vez que a Coolbooks publica exclusivamente em formato digital.

O processo de edição na Coolbooks é o seguinte:

1. Receção do original através do formulário existente no *website* da Coolbooks<sup>15</sup> ou da plataforma da Porto Editora<sup>16</sup>.
2. Análise do original (normalmente efetuada por um colaborador externo).
3. Leitura da análise pelo coordenador editorial, Vitor Gonçalves e, caso considere que a obra tem potencial, leitura integral da mesma.

---

<sup>14</sup> Basta verificar o preço dos *e-books* da LeYa, por exemplo, cuja edição em papel também exista, para se perceber como a diferença entre o papel e o *e-book* não é tão grande como o leitor gostaria.

<sup>15</sup> <http://www.coolbooks.pt/quer-editar-na-coolbooks/>

<sup>16</sup> <http://www.portoeditora.pt/contactos/email/> – selecionando no campo assunto «Editoriais» e na segunda caixa de assunto «Propostas de edição (livro)».

4. Proposta ao autor, se a obra for considerada adequada para publicar.
5. Revisão da obra (uma vez mais, esta é normalmente efetuada por um colaborador externo.)
6. Verificação da revisão da obra pelos coordenadores editoriais, para se verificar se cumpre com o rigor exigido pela Porto Editora.
7. Envio da obra revista ao autor, para que valide a mesma e faça alguns ajustes, caso seja necessário.
8. Nova verificação da revisão.
9. Paginação da obra em PDF, no departamento de pré-impressão da Porto Editora.
10. Verificação da obra em PDF, com introdução de emendas. Caso seja necessário, o ficheiro volta à paginação e há uma segunda verificação pelos coordenadores, para se garantir que todas as emendas foram introduzidas.
11. Constante comunicação com o *designer* que fará a capa do *e-book*, e algum *brainstorming* com outros coordenadores e com a diretora editorial para se escolher a capa final.
12. O departamento de pré-impressão converte o ficheiro PDF final em EPUB, para ser colocado à venda no *website* da WOOK<sup>17</sup>, único local onde os *e-books* da Coolbooks são comercializados.
13. Quando o *e-book* é finalmente publicado, cabe ao coordenador editorial da chancela inserir o mesmo no *website* da Coolbooks.
14. Trabalho continuado dos coordenadores com os assessores de comunicação da DEL-P para divulgarem e promoverem o *e-book* nas redes sociais e blogues habituais.

No Grupo Porto Editora a norma é responder a todas as propostas editoriais que recebem, o que implica, literalmente, analisar a sua totalidade. Assim se vê que embora cerca de 80% das obras recebidas sejam recusadas (por não se inserirem no perfil da editora ou por não terem a qualidade pretendida), todas elas são analisadas antes de os

---

<sup>17</sup> <http://www.wook.pt/product/facets/restricts/11708x11709/facetcode/temas>

autores receberem uma resposta. Isto implica gastos financeiros (e, uma vez mais, de tempo) para a chancela/ editora, que são um investimento não ressarcido pela publicação de algumas das obras.

Compreende-se, conseqüentemente, que o preço final não possa ser tão baixo quanto os leitores esperariam. Ainda assim, tal como já foi referido, a política da Coolbooks é permitir que os *e-books* cheguem a mais pessoas, e para isso procura que o preço não seja um impedimento, mantendo o máximo e o mínimo em valores razoáveis, de acordo com a extensão da obra.

Por fim, é preciso abordar a questão da proteção dos *e-books* e das plataformas/ aparelhos em que os mesmos se podem ler, que são, na minha opinião, talvez o maior entrave ao sucesso dos mesmos.

Antes de mais, é preciso explicar que os *e-books* estão protegidos com DRM – Digital Rights Management, um *software* de encriptação para prevenir a cópia ilegal da obra digital. Isto é uma forma de se combater a pirataria digital, um grande flagelo para a indústria editorial nos dias de hoje. Por todo o lado, na Internet, conseguimos encontrar *e-books* pirateados à disposição, por isso é compreensível que as editoras queiram proteger o seu investimento e a propriedade intelectual das obras que publicam. Contudo, na prática, o que esta proteção significa é que o leitor/ cliente não está a adquirir um livro mas tão só uma licença para ler esse livro. Ao comprarmos um *e-book*, esse ficheiro fica na nossa biblioteca digital<sup>18</sup>, que é normalmente uma conta virtual onde tudo fica armazenado. Depois, podemos ler esse *e-book* nos nossos *e-readers*, no computador, *tablets* ou *smartphones*.

Esse é um dos pontos que afasta os consumidores, porque, quando se investe dinheiro num bem, desejamos que esse bem seja nosso, para podermos fazer com o mesmo o que entendermos. Ou seja, se comprarmos um livro em suporte de papel, e decidirmos emprestá-lo, podemos, porque o livro é nosso. Se o decidirmos oferecer, também temos essa hipótese. Mas com os *e-books* isto não se verifica. Como um ficheiro

---

<sup>18</sup> <http://www.wook.pt/help/fagebooks/act/06>



EPUB sem DRM é copiável, na prática podíamos copiar o nosso ficheiro (*e-book*) as vezes que quiséssemos, e enviá-lo a quantos amigos nos aprovesse, ou disponibilizá-lo gratuitamente online, sem ficarmos sem o *e-book*, que é o que acontece quando emprestamos um livro em papel.

Acredito que, no futuro, este problema terá uma solução mais viável, que nos permita, por exemplo, não copiar mas sim emprestar o nosso *e-book*, ou seja, transferi-lo da nossa biblioteca para outra, desaparecendo ele da nossa durante o empréstimo. Assim o empréstimo funcionaria na mesma, tal como se fosse um livro em suporte de papel, sem ser possível pirateá-lo. Mas, enquanto tal não é possível, é importante que os leitores/clientes sejam informados, porque muitos não têm a noção da dimensão da pirataria e do prejuízo que a mesma causa aos autores e às editoras, que acabam por não receber pagamento algum pelo seu trabalho.

Posto isto, resta-me neste ponto abordar o que considero ser o maior entrave à venda de livros da Coolbooks: as plataformas/ aparelhos onde os *e-books* se podem ler.

Quando a Coolbooks foi criada, a Porto Editora sabia que «no final de 2013 existiam 868 mil portugueses com *tablets* no continente<sup>19</sup>.» Assim, o seu público-alvo eram estes utilizadores de *tablets*, e por isso optou-se por criar um modelo próprio.

A solução escolhida pela Porto Editora para leitura de *e-books* foi a criação do eWOOO *reader*, que não precisa de instalação de aplicações ou extensões no aparelho, sendo disponibilizado no próprio *browser* e, uma vez descarregado, pode ser acedido offline. O eWOOO apresenta-se em formato EPUB, encriptado com um DRM desenvolvido pelo Grupo Porto Editora, apresentando características de usabilidade como a marcação de páginas, o registo de anotações, a leitura noturna, o aumento do corpo e a alteração da fonte do texto. (FERREIRA, 2014: 30)

O eWOOO *reader*<sup>20</sup> é realmente uma vantagem para quem vai ler num *tablet* ou num *smartphone*, mas deixa completamente de fora os grandes leitores, os que investem

---

<sup>19</sup> Dados do Bareme Internet da Markttest (APDC, 2014).

<sup>20</sup> <http://www.wook.pt/specialpages/showpage/id/197>

em verdadeiros *e-readers*, porque ler num computador, *tablet* ou *smartphone* não é o mesmo que ler num aparelho dedicado à leitura, pelo menos, não para quem lê muito e já está mais familiarizado com o digital<sup>21</sup>. Pode dizer-se que o número de portugueses com *e-readers* é irrisório, mas, ainda assim, estes utilizadores existem, e estão mais predispostos a ler *e-books* do que quem compra um *tablet*, uma vez que o primeiro é dedicado especificamente à leitura, enquanto o segundo, embora permita a leitura de *e-books*, é normalmente adquirido para outras finalidades de entretenimento.

Ainda assim, o investimento da Porto Editora numa plataforma própria para a leitura, que hoje até já tem, por exemplo, acesso ao Dicionário da Língua Portuguesa da Porto Editora para que os leitores possam consultá-lo clicando numa palavra (se estiverem online), foi um passo de gigante num país que ainda caminhou tão pouco nesta era digital.

---

<sup>21</sup> Um *e-reader* tem um ecrã com tecnologia E-Ink, cuja finalidade é aproximar a leitura no digital à leitura no papel. Assim, os *e-readers* mais modernos, já com luz, por exemplo, são aparelhos concebidos para se ler muitas horas seguidas sem prejudicar a visão ou a cansar. Uma das grandes diferenças, além do ecrã acinzentado, que se assemelha às páginas de um *paperback*, por exemplo, é o facto de a luz destes aparelhos ser refletida para os lados, iluminando todo o ecrã mas não os olhos do leitor, ao contrário do que faz um *tablet* ou um computador. Estes últimos brilham mais e refletem a luz, acabando por cansar mais depressa o leitor.

## 2.2. Leitura e análise de propostas editoriais

Depois de me familiarizar com a empresa e com a edição abrangente que se faz na DEL-P, depressa comecei a trabalhar. Tal como a Dra. Cláudia Gomes havia explicado na entrevista para o estágio, a ideia é aprendermos rápido e sermos uma mais-valia para a empresa, tal como o estágio é para nós. Na verdade, foi uma das coisas que mais apreciei neste estágio, o facto de acreditarem realmente em nós e nos darem a oportunidade de aprender e crescer, com alguma autonomia. Explicam-nos a tarefa e, se tivermos alguma dúvida, a equipa está sempre disponível para ajudar, mas confiam que seremos capazes de fazer tudo bem. Essa confiança é o que nos faz acreditar mais nas nossas capacidades, e depressa queremos novos desafios para provarmos que somos capazes.

Uma das tarefas que mais executei durante o estágio foi a leitura e análise de propostas editoriais. Sendo esta a primeira etapa na edição de um livro, é de especial importância.

Na análise de uma obra para a Coolbooks (cada chancela/ editora têm a sua linha editorial, pelo que umas obras podem ser ideais para a Coolbooks mas não se mostrarem pertinentes para a Porto Editora, por exemplo), que apenas publica autores portugueses e, portanto, recebe todas as obras em língua portuguesa, o leitor externo (e eu também, na execução dessa tarefa) preenche numa ficha de Análise de Proposta de Edição os campos:

- Título
- Autor
- Número de páginas
- Género
- Tema (s)
- Público-alvo
- Resumo da história
- Apreciação crítica: pontos fortes e pontos fracos

No preenchimento desta ficha é portanto suposto que o leitor procure inserir o texto num género (romance, juvenil, fantástica, histórico, etc.) e apontar um público-alvo para o mesmo, o que nem sempre é fácil de conseguir. Por outro lado, espera-se que o resumo da história seja curto, mas não deixe nada de fora. Inicialmente fazia um resumo tão sucinto que me foi pedido que alargasse mais e revelasse o final. Ingenuamente, não queria estragar a surpresa ao coordenador editorial, caso decidisse ler a obra, mas a minha função ali, enquanto leitora, era fazer exatamente esse trabalho por ele, pelo que este só leria a obra se realmente eu garantisse que valia a pena ou se o resumo da mesma se revelasse muito interessante.

Sem dúvida que esta foi das tarefas que mais “problemas de consciência” me provocou, por ter a noção de quão difícil será para quem apresenta uma proposta sua vê-la rejeitada. O certo é que, como faz notar Paulo Ferreira, consultor editorial da Booktailors<sup>22</sup>: «Este é o grande drama, a falta de um crivo, alguém que tenha lido o original e que lhe tenha acrescentado algum valor [...] já há muita gente a escrever, é preciso é perceber se há público para ler.»

Faltava-me, inicialmente, a capacidade de assumir o papel do próprio coordenador editorial e ser eu esse crivo. Sei que no início acabava por ver potencial em obras que não o tinham, focando-me apenas num ou noutra aspeto, achando até que com umas alterações aqui, uns cortes ali, ficariam melhores..., mas o nosso trabalho não é esse. Infelizmente, nem tudo o que se escreve é digno de ser publicado.

A Coolbooks recebe tantas propostas que seria impossível publicar tudo e, na verdade, somos forçados a parar e a pensar: haverá público para esta obra? É realmente original? Uma editora, como já referi antes, vive do lucro que obtém com a venda de livros. Se insistir em publicar livros que não interessam aos leitores/ clientes, não ficará muito tempo no mercado. A «decisão de editar é sempre uma decisão económica: se o livro não tem viabilidade, se é um projeto desajustado do mercado, não recebe decisão final favorável.» (Martins, 1999: 146)

---

<sup>22</sup> CARVALHO, Cláudia Lima (2012), «Publicar um *ebook* em Portugal e lançá-lo no mercado universal nunca foi tão fácil», *Público*, 12.12.

A Coolbooks distingue-se exatamente por ter um coordenador editorial exigente e muito competente, que pondera bem cada obra que decide publicar, sendo rigoroso nas suas decisões. Por isso é obrigatório que se faça uma verdadeira triagem neste primeiro momento, até porque tempo é dinheiro, e a função dos leitores externos (e a minha, ao executar esta tarefa) é exatamente fazer essa triagem de forma a poupar tempo ao coordenador editorial. Os meus colegas aconselharam-me a seguir o meu instinto e com o passar do tempo esta tarefa foi-se tornando mais fácil.

Enquanto leitora, cabe-me fazer uma análise SWOT<sup>23</sup> à obra, ou seja, avaliar os seus pontos fracos e pontos fortes. É nesse momento, nessa verdadeira análise, que posso defender o meu ponto de vista enquanto leitora, sendo muitas vezes o que leva o coordenador editorial a ler a obra ou a repensar a sua decisão. Este campo de análise é o indicado para explicar o que está bem na obra, o que pode ser mudado, o potencial da mesma (ou a grande falta de potencial), usando muitas vezes excertos da obra para exemplificar os pontos abordados.

Ao analisar uma obra, há determinados aspetos que temos de ter em mente, tais como:

- A originalidade da história e a criatividade do autor
- O desenrolar da ação
- A coerência da história
- A qualidade da escrita
- O fator comercial da obra (Agradará ao público? E a que público? Há muitas obras do mesmo género no mercado? Pode destacar-se?)

Além de tudo isto, é preciso também ter em conta o autor, nas obras da Coolbooks. Uma vez que estamos no âmbito digital, a análise da obra passa também pela presença do autor nas redes sociais. Qual é o seu perfil? Importa que se perceba isto, porque muita da divulgação do livro partirá também do seu autor. Por ser desconhecido, quanto maior for

---

<sup>23</sup> SWOT in Siglas e Abreviaturas [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2015. [consult. 2015-10-06 13:20:18]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/siglas-abreviaturas/SWOT>

a sua presença nas redes sociais, melhor. Ainda assim, este não é um ponto fulcral. A Coolbooks já publicou vários autores que não têm presença online, mas cujas obras tinham realmente qualidade e mereciam ser publicadas, como, por exemplo, as obras de José Filipe<sup>24</sup>, autor de *O Cliente de Cascais* e *Regresso à Lagoa*, dois policiais com o mesmo protagonista, o Detetive Palma.

Confesso que, mesmo tantos meses depois, me ficaram algumas histórias na memória. Umas de que gostei mas não eram boas o suficiente para publicar, outras que, por serem escritas por adolescentes, me chegaram mais depressa ao coração... Infelizmente algumas obras até têm a qualidade pretendida, mas, não sendo uma novidade ou não parecendo vendáveis, acabam por não seguir no processo.

Por outro lado, percebi melhor o que queriam os meus colegas dizer com “instinto”. Às vezes, tanto nas análises como nas nossas leituras pessoais, há obras que nos marcam inequivocamente. Lembro-me perfeitamente da terceira análise que fiz para a Coolbooks, ainda tão inexperiente. Ali não houve lugar a incertezas e não tive quaisquer dúvidas em defender a publicação.

“Adorar” uma obra não é uma garantia de que a sua publicação correrá bem. Tal como já foi dito, um editor não pode apenas trabalhar as obras de que gosta. Às vezes outros valores se levantam. Mas quando se encontra uma obra que reúne todas as condições para ser publicada, e ainda por cima é uma obra que nos marca, não teremos ali o melhor de dois mundos?

Enquanto estagiária na DEL-P, li e analisei 30 obras. Na verdade li mais, porque muitas vezes, através do *website* da Coolbooks, os autores enviam apenas uma parte da obra, e é preciso fazer uma mini análise desse excerto, decidindo se se pede ao autor a obra integral ou não.

---

<sup>24</sup> <http://www.coolbooks.pt/livraria/ficha//regresso-a-lagoa?id=15929123>

Dessas 30, a grande maioria foi rejeitada por mim, com a concordância do coordenador. Cerca de sete dessas obras tiveram o meu sim mas nem todas passaram para publicação, por decisão do coordenador ou por outras razões.

A Coolbooks está no momento a publicar cerca de dois *e-books* por mês. Quando iniciei o estágio, o plano de 2014 estava fechado e o 1º semestre de 2015 também. Das obras cuja análise ficou a meu cargo só as três que apresento foram já publicadas:

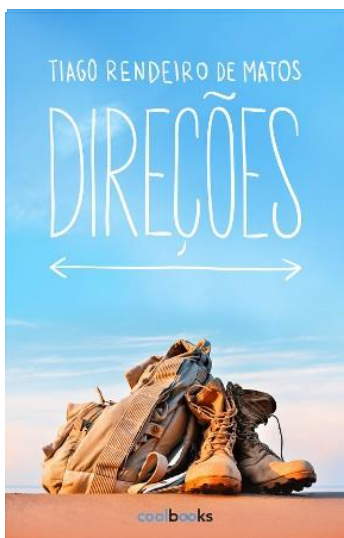


**Fig. 10** Carla Ramalho, *Pelas ruas de uma cidade sem nome*

### Romance

*Uma prostituta que sonhava ser escritora. Um escritor que tinha desistido de sonhar. Uma estória que precisava ser contada.*

Madalena, prostituta, perdida nas ruas de uma cidade sem nome, encontra na escrita o bálsamo para as exigências e a crueza da sua profissão. De noite suporta o peso dos homens que a procuram, de dia vagueia entre a solidão sufocante e o preconceito dos conservadores vizinhos. E é quando pensa que a vida já não a poderia surpreender que conhece João, um escritor que liberta os seus demónios no papel. As palavras que trocam e o combate aos pesadelos que os atormentam acabam por os levar numa sedutora mas perigosa descoberta. Quanto vale um amor verdadeiro? Quanto vale uma estória com princípio, meio e fim?



**Fig. 11** Tiago Rendeiro de Matos, *Direções*

## Literatura de viagem

Com o 'gene do viajante' bem presente desde que se lembra, Tiago Rendeiro de Matos sempre sentiu a atração pela aventura de descobrir mundos desconhecidos.

Ao longo deste extraordinário relato, acompanhamos o autor numa viagem simultaneamente interior e exterior, que o leva a conhecer paisagens deslumbrantes, tradições inspiradoras e a experienciar peripécias resultantes do inevitável choque de culturas. Mas nesta jornada, são sobretudo as pessoas, simples e gentis, que lhe ensinam a maior lição e que o levam a questionar uma forma de encarar o mundo tantas vezes sentida como a única via certa.

«O meu maior desejo é que, no final, este livro sirva tanto para saciar a curiosidade das mentes mais inquietas, como para estimular a vontade de sair à descoberta deste nosso mundo, cheio de locais mágicos e únicos como os que se encontram nestas páginas, em busca de direções...»



**Fig. 12** Tomás Borges de Castro, *Aventuras de Flauto – A Maldição da Porta de Gelo*

## Juvenil

*A maldição da porta de gelo*, Tomás Borges de Castro

*A maldição da porta de gelo* é o primeiro título da coleção *As aventuras de Flauto*, sobre um rapaz normal que deseja intensamente viver as peripécias que tanto lê nos livros. Nesta sua primeira façanha, o protagonista vai encolher de tamanho e embarcar num universo paralelo, em auxílio do reino mágico de Vulka, que foi invadido pelo maléfico Drakon. Com um cuco a servir de guia neste mundo repleto de portais e segredos, Flauto cruza-se com criaturas incríveis que lhe ensinam valiosas lições, e outras terríveis, corrompidas pela sede de poder.

Repleta de coragem, altruísmo, medos e alegria, esta é uma leitura imprescindível para jovens leitores ávidos de aventura.



Para concluir este ponto, resta-me acrescentar que dois destes *e-books* (o juvenil e o de literatura de viagem) não são o típico livro de texto corrido, como é o romance. *Direções*, sendo um livro sobre viagens, precisava de conter algumas fotos das mesmas. Enquanto ainda estava na DEL-P, coube-me fazer uma pré-seleção das fotos a incorporar no *e-book*, de entre todas as que o autor nos enviou, bem como algumas passagens do texto relacionadas com as fotos. A pré-impressão decidiu depois, com o coordenador editorial, como incorporar as fotografias no *e-book*: ou diretamente nos capítulos, logo visíveis, ou deixando *links* em determinadas partes do texto, que remetiam os leitores para uma parte final do *e-book* apenas com as fotografias, permitindo depois que voltassem ao ponto em que estavam na leitura.

Quanto a *Aventuras de Flauto – A Maldição da Porta de Gelo*, sendo um livro juvenil, tem algumas ilustrações. Escolheu-se incluir uma ilustração (de Catarina Borges de Castro) no início de cada capítulo, aludindo ao título do mesmo e de forma a focar pelo menos uma vez todas as personagens relevantes.

### 2.3. Revisão de obras a publicar e verificação de emendas

Para quem realmente gosta de ler (ou para quem precisa de o fazer ao estudar, por exemplo), deparar-se com um texto carregado de erros ortográficos e gramaticais, incoerências, mesmo nomes trocados, é um pesadelo. Sem dúvida alguma que a revisão é talvez a etapa mais importante na edição de um livro, porque uma capa atrativa é esquecida no momento em que página sim, página sim, encontramos erros que perturbam a leitura.

Tal como expliquei antes, nas obras da Coolbooks, o texto é revisto, normalmente por um colaborador externo, sendo depois essa revisão verificada pelos coordenadores internos. A etapa seguinte consiste em enviar a obra com as alterações efetuadas para o autor, e a este cabe validá-las (aceitando as sugestões do revisor ou coordenador, alterando o texto, ou mesmo deixando uma questão para ser tratada posteriormente). Por fim, um dos coordenadores aprova as alterações do autor. Caso não concorde com alguma das mudanças ou sugestões, fala com o autor e resolvem cada questão, porque em último recurso é preciso respeitar a vontade de quem criou a obra.

Por mais olhos que vejam um texto, e maior cuidado que se tenha, há sempre alguma gralha que passa. Mas gralhas muito pontuais são perdoáveis. Certos erros que se deixam passar não são, e há livros que nos fazem mesmo questionar se foram ou não alvo de uma revisão. Isso nunca acontecerá numa obra da Coolbooks.

Enquanto estagiária na DEL-P, fiz a revisão integral de oito obras:

- De José Filipe, *Regresso à Lagoa*
- De Patricia Morais, *Sombras*
- De Bernarda de Souza, *No Trilho dos Sonhos*
- De Rui Miguel Almeida, *O Diário do meu Suicídio*
- De Célia Godinho Lourenço, *Conspiração*
- De Olinda P. Gil, *Sobreviventes*
- De João Reis, *O Falhado*

- De Tiago Rendeiro de Matos, *Direções*

Em algumas obras a minha revisão foi a primeira, como em *O Diário do meu Suicídio*, por exemplo, ou em *Direções*. Nessa situação, a obra seguia depois para um revisor externo, após o que voltava para mim, fazendo eu a verificação das emendas do revisor. Depois de os coordenadores editoriais resolverem algumas situações pontuais, cabia-me fazer uma última verificação do texto antes de ser enviado para o autor. Verificava posteriormente as alterações do autor e validava as mesmas, sendo a obra enviada de seguida para a paginação, que, depois de paginar, a convertia em PDF.

Quando a obra regressava à DEL-P, já em PDF, era preciso fazer uma última verificação e confirmar se todas as emendas tinham sido introduzidas. Se nesse momento surgisse a necessidade de alterar demasiadamente o texto, as alterações eram registadas no próprio PDF, que seguia novamente para paginação, sendo depois alvo de mais uma verificação de introdução de emendas. Como se compreende, este é um processo exaustivo e trabalhoso, onde cada interveniente dá tudo de si para que o texto chegue à versão final o melhor possível.

Depois da aprovação do coordenador editorial e do autor, o texto pode ser finalmente convertido em EPUB, quando também a capa estiver concluída.

Em outros casos, a obra já tinha passado por outro revisor e mesmo até pelos coordenadores, até ser eu a fazer uma leitura integral para verificar a revisão final.

A revisão de um original é diferente da revisão de uma tradução (falarei melhor sobre a revisão de tradução mais à frente). Em cada obra seguimos o guia de estilos aplicado pela editora, uma lista de critérios de pontuação e gramática, para uma correta uniformização do texto.

Esse guia de estilos dá aos revisores indicações sobre como tratar, por exemplo, determinadas palavras (maiúscula ou minúscula), ou os estrangeirismos (em itálico ou, caso exista tradução, traduzindo ou evitando a tradução).

A verificação de cada obra à luz do guia de estilos não dispensa a ponderação da especificidade do texto em causa. Poderá acontecer que essa especificidade recomende eventualmente alguma maleabilidade na verificação de “erros”. É importante que percebamos que cada autor tem a sua maneira de escrever, pelo que o que pode parecer um erro repetido nem sempre o será.

De qualquer forma, é crucial estar atento a falhas e é bom ir fazendo uma lista daquelas que é preciso colmatar: parágrafos mal executados, repetição desnecessária ou exagerada de palavras, falhas de pontuação, diálogos mal identificados, etc. Por último, é também necessário que se saiba antes de iniciar a revisão se o autor pretende ou não adotar o Novo Acordo Ortográfico. Sendo também uma editora de manuais escolares, o Grupo Porto Editora adotou o Novo Acordo Ortográfico<sup>25</sup> sem demoras. Contudo, no âmbito literário, vários autores manifestaram a sua vontade em manter os textos pelo antigo acordo, e o Grupo Porto Editora respeita essa opção.

Nas instalações da DEL-P (e nos restantes departamentos da Porto Editora) temos à disposição todas as ferramentas necessárias para acabar com qualquer dúvida. Caso precisemos de consultar um dicionário, temos o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa* disponível, e quando as dúvidas são mais específicas, podemos contar com os colegas de outros departamentos. Lembro-me, por exemplo, de uma situação em que se pediu a um colega do departamento de Geografia, das edições escolares, que me esclarecesse algumas dúvidas na revisão do livro *Direções*, devido à nomenclatura das várias cidades asiáticas que o autor referia. Esse colega não só veio até à DEL-P com um atlas, que me emprestou, como confirmou comigo alguns pontos menos claros.

Quando a dúvida é mais simples, podemos recorrer à Infopédia<sup>26</sup>, propriedade da Porto Editora. Os seus 22 dicionários estão disponíveis para os funcionários da empresa.

---

<sup>25</sup> <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/acordo.php>

<sup>26</sup> <http://www.infopedia.pt/>

## 2.4. Sinopses

Tanto nos livros em suporte de papel como nos *e-books*, uma boa sinopse é crucial para despertar o interesse do leitor/ cliente. Pode mesmo dizer-se que a sinopse é uma ferramenta de *marketing*, por muitas vezes pesar definitivamente na decisão de comprar ou não comprar.

Fiz várias sinopses enquanto estagiei na DEL-P, e o que inicialmente considerava uma tarefa fácil depressa se revelou desafiante. Como despertar o interesse em poucas palavras, mas sem divulgar demasiado da história? Cada livro, cada história tem as suas especificidades, e a sinopse é definitivamente uma forma de mostrar ao leitor/ cliente quanto vale o livro.

Neste ponto do relatório vou falar sobre algumas sinopses que fiz, para os *e-books* da Coolbooks e para livros em suporte de papel. Uma vez que o processo mental pelo qual passo para escrever as sinopses é o mesmo nos dois casos, mas as abordagens aos livros foram tão diferentes, torna-se mais interessante referir algumas sinopses específicas.

A primeira sinopse que fiz foi para o livro *Sombras*, de Patricia Morais. Como fiz a revisão da obra, estava familiarizada com a mesma e achei que seria simples. Partindo da sinopse que a própria autora tinha sugerido, e com a ajuda de uma coordenadora interna, elaborou-se esta sinopse e lembro-me de como foi mais complicado do que esperava, uma vez que fizemos umas cinco ou seis versões da mesma, antes de o Vitor Gonçalves e a autora lerem. Mesmo assim, faltava alguma coisa, e só em casa percebi: faltava mencionar o elemento romântico da obra.

*Sombras* insere-se na categoria de literatura fantástica. A ação decorre num mundo de vampiros, lobisomens, e outros seres sobrenaturais. Lilly, depois de perder a sua família em Portugal, muda-se para uma pequena cidade nos Estados Unidos. Lá conhece um grupo de caçadores de seres sobrenaturais, os Diabolus Venator e junta-se a eles. Ao mesmo tempo que arrisca a vida para salvar desconhecidos, apaixona-se pelo rapaz mais arrogante do grupo...que talvez não seja tão arrogante assim.

Como escrever sobre este livro e não referir o romance? Assim, na manhã seguinte, voltei a alterar a sinopse que, na sua versão final, é a que a seguir apresento.

**Sinopse 1 – Sombras**, de Patricia Morais, Coolbooks:

«Lilly Ashton não podia imaginar vida mais perfeita que a sua, até à terrível noite em que tudo mudou.

A única maneira que encontra para sobreviver à tragédia é fazer o que sempre desejou: ser impulsiva.

Afasta-se de tudo e todos quando se muda para Jillian e decide estudar Folclore e Mitologia, mas depressa se encontra numa corrida para salvar a própria vida, ao descobrir que os monstros que se escondem debaixo da cama existem mesmo.

Para garantir a sua sobrevivência, junta-se a Diabolus Venator, a organização de caçadores de demónios daquela pequena cidade, onde conhece Liam, o misterioso jovem que a enfurece e surpreende todos os dias. Mas nem todos os que lutam com ela têm o mesmo objetivo, e o perigo que enfrenta pode ser maior junto dos que a rodeiam do que na batalha contra os demónios. Num mundo onde as lendas são reais, em quem poderá Lilly confiar?»

Refira-se que a autora tem um blogue<sup>27</sup> onde escreveu sobre sinopses depois da “luta” que foi alcançarmos uma que deixasse todos contentes.

«O que aprendi depois de ter visto a sinopse final? **Começa sempre com uma frase forte.** A primeira frase deve incentivar o leitor a ler o resto da sinopse. [...] Se for possível, inclui algo **acerca da personalidade do personagem.** Algo que ele/ela deseja e que, de certa maneira, vai moldar a maneira como ele/ela age no decorrer da história. Isto faz com que os leitores sintam de imediato que conhecem o personagem e até mesmo que se identificam com ele/ela. **Insere o conflito e o perigo.** Mostra que nem tudo na história vai ser um mar de rosas [...] e dá] aos leitores “um cheirinho” dos perigos que o personagem enfrenta. Na primeira versão sugerida pela editora, estes

---

<sup>27</sup> <http://trishmorais.blogspot.pt/2014/11/o-pesadelo-de-escrever-sinopses.html>

foram os três pontos que percebi serem necessários. Até receber um novo e-mail a sugerir a adição de uma nova linha: o “**fator romance**”.»

Esta foi a minha primeira experiência com sinopses, e foi uma excelente aprendizagem, que muito me ajudou nas vezes seguintes.

Para obras da Coolbooks fiz (sempre em coordenação com os editores) mais seis sinopses, e falarei aqui de mais três que, devido às particularidades das obras, me fizeram ver como realmente a sinopse é o que dá “voz” à obra, numa primeira fase. É importante também referir que nas obras da Coolbooks, por serem de autores portugueses, há uma maior proximidade com estes, passando também por eles cada etapa de edição. Assim, tal como na revisão, também nas sinopses e nas capas se procura ter a concordância dos autores.

A segunda sinopse em que tive a oportunidade de trabalhar foi a de um romance policial. *Regresso à Lagoa*, de José Filipe, é o segundo livro deste autor sobre as investigações do Detetive Palma, personagem de *O Cliente de Cascais*. Assim, os desafios nesta sinopse eram ligar esta obra à primeira, sem desencorajar os leitores que decidissem começar pelo *Regresso à Lagoa*; e, por outro lado, sendo um policial, era preciso que se deixasse claro desde logo que existiu um homicídio, mas sem revelar o motivo nem indicar qualquer suspeito, despertando a atenção do leitor e a sua curiosidade.

### **Sinopse 2 – *Regresso à Lagoa*, de José Filipe, Coolbooks:**

«Série policial em torno do investigador António Palma

Neste novo livro de José Filipe, voltamos a encontrar António Palma, antigo inspetor da Polícia Judiciária, que regressa à Lagoa de Óbidos para investigar um estranho acidente que causou a morte a um administrador de empresas públicas e antigo político.

A filha da vítima contrata Palma para encetar uma investigação sobre a abrupta aposentação do pai e a sua mudança para a calma vila da Foz do Arelho, no sentido de averiguar se existirá alguma relação entre estes factos e a sua morte.

Quando Palma descobre no passado longínquo do administrador um mistério nunca desvendado, o seu principal objetivo passa a ser perceber se há relação entre esse passado e os acontecimentos recentes.

«Regresso à Lagoa mostra-nos como um ato fortuito, num passado distante e num outro país, definiu de forma dramática a vida de várias pessoas até aos dias de hoje.»

A terceira sinopse que aqui apresento foi um desafio por ser para um livro de contos. Como escrever uma sinopse para um livro de contos? Esta foi a pergunta que fiz a mim mesma quando me foi pedido que escrevesse a sinopse para o livro *Conspiração*, de Célia Godinho Lourenço. Focava-me apenas no primeiro conto e referia os outros de passagem? Não devia referir nenhum em específico? Os contos tinham algo em comum, que pudesse ser o mote para a sinopse?

Depois de ler a sinopse do primeiro livro da autora, também de contos (*A Velha dos Pombos e outras histórias*), e passar uma vista de olhos nos contos deste livro, decidi focar-me, tal como fizeram no primeiro, no que os contos tinham em comum, sem me referir a nenhum deles em especial, mas referindo que o que os unia era diferente entre eles.

### **Sinopse 3 – *Conspiração*, Célia Godinho Lourenço, Coolbooks:**

«Em *Conspiração* temos quatro contos distintos, que têm a crise como pano de fundo.

A crise de valores, que hoje quase afeta mais do que a crise económica e nos põe frente a caminhos mais fáceis e menos corretos. A própria crise económica, que motiva crimes e os justifica aos olhos do povo. Mas também uma crise antiga, que assolou um Portugal de outros tempos, voltando hoje para ensombrar o presente.

De uma forma crua e honesta, Célia Godinho leva-nos pela vida de personagens que não conhecemos, mas com as quais nos identificamos com facilidade assombrosa.»



A sinopse que se segue foi também complicada, não por ser difícil saber o que escrever mas, ao contrário, por ser difícil saber o que cortar. A autora, Bernarda de Souza, fez uma sinopse que julgou ser possível utilizar, mas era tão extensa e pormenorizada que ia contra qualquer regra do que deve ser uma boa sinopse: concisa, interessante, deixando uma questão no ar ou uma frase mais forte que prenda o leitor.

Assim, e sendo este um romance histórico, a questão estava em saber o que seria mais importante referir, porque, ao contrário do que acontece com a maioria dos romances, onde a ideia é despertar o interesse sem revelar a história, num romance histórico é importante identificar os protagonistas, a época exata na qual a ação decorre e os acontecimentos históricos relevantes no enredo. Isto porque, embora seja ficção, um romance histórico baseia-se em acontecimentos e pessoas reais, e portanto interessa destacá-los.

Desta forma, depois de alguma hesitação, fui cortando algumas partes e reescrevendo outras, para tentar que focasse mais do que apenas o D. Dinis, protagonista do romance. Mas ainda assim a sinopse estava demasiado longa, pelo que decidimos focarmo-nos apenas nos reais protagonistas. Não obstante, como se perceberá, esta é das sinopses mais extensas no catálogo da Coolbooks, exatamente devido ao tipo de obra que apresenta.

**Sinopse 4 – *No Trilho dos Sonhos*, Bernarda de Souza, Coolbooks:**

«Os amores e desamores de príncipes e princesas de Portugal e Espanha

No trilho dos sonhos transporta-nos até ao século XIII, onde na Península Ibérica ainda há muçulmanos e as cortes recebem os trovadores com entusiasmo. Aqui conhecemos o príncipe D. Dinis, futuro rei de Portugal, que cedo se inicia nos caminhos da poesia, ficando conhecido na História como o Rei Trovador.

Ao acompanhar a vida de D. Dinis e dos que lhe são mais próximos, percebemos como, na verdade, tanto a nobreza como o povo têm os seus destinos traçados, não tendo o poder de mudar as suas vidas conforme desejariam.

D. Dinis é um rei em formação, que não esquece também a idade que tem e vive os amores e desamores da juventude. A relação com Zaida, uma moçárabe que o encantou, quase o faz perder a vontade de viver.

Enquanto rei, as suas maiores decisões são tomadas em Conselhos. E foi num Conselho que se escolheu Isabel de Aragão, a Rainha Santa, para sua rainha, tal como se decidiu que o português passaria a ser a língua oficial em Portugal, em substituição do latim.

Mas poderá desta decisão estratégica nascer um amor? Ou tudo não passará de um sonho?»

Por fim, quero referir uma sinopse que elaborei (entre outras), para um livro em suporte de papel, que, uma vez mais, julguei que seria simples, uma vez que tinha lido livros da autora e estava familiarizada com o género, mas que se veio a revelar desafiante.

A coordenadora da obra deu-me um resumo da história e pediu-me que escrevesse uma sinopse para o novo livro de Dorothy Koomson, *Os muitos nomes do amor*. A primeira coisa que fiz foi pesquisar a sinopse em inglês.

**Sinopse 5 – *That Girl from Nowhere*, Dorothy Koomson, Century:**

«‘Where are you coming from with that accent of yours?’ he asks. ‘Nowhere,’ I reply. ‘I’m from nowhere.’ ‘Everyone’s from somewhere,’ he says. ‘Not me,’ I reply silently.

Clemency Smittson was adopted as a baby and the only connection she has to her birth mother is a cardboard box hand-decorated with butterflies. Now an adult, Clem decides to make a drastic life change and move to Brighton, where she was born. Clem has no idea that while there she'll meet someone who knows all about her butterfly box and what happened to her birth parents. As the tangled truths about her adoption and childhood start to unravel, a series of shocking events cause Clem to reassess whether the price of having contact with her birth family could be too high to pay...»

Depois analisei todas as sinopses dos livros da autora, já publicados em Portugal. Concluí que todos tinham coisas em comum, e que usei como indicadores para escrever a sinopse deste novo livro: começar e/ ou terminar com uma pergunta, escrever a sinopse em 3 parágrafos, no máximo, com frases curtas mas que passassem claramente a mensagem, e – essencial em todas as sinopses – não revelar demasiado da história, mas despertar o interesse do leitor. Assim, escrevi três sinopses diferentes e enviei à coordenadora editorial, que apontou em cada uma delas o que estava bem e o que podia mudar. A versão definitiva foi a seguinte:

**Sinopse 6 – *Os muitos nomes do amor*, Dorothy Koomson, Porto Editora**

«Será possível termos um futuro sem conhecermos o nosso passado?»

Clemency Smittson foi adotada em bebé, e a única ligação à mãe biológica é um berço de cartão com borboletas pintadas à mão. Agora adulta, e em constante conflito com sentimentos de perda e rejeição, decide mudar drasticamente de vida e voltar a Brighton, a cidade onde nasceu.

Mas Clem não sonha que é lá que vai encontrar alguém que sabe tudo sobre a sua caixa das borboletas e a verdadeira história dos seus pais biológicos.

E quando percebe que nem tudo é o que parece, e que talvez tenha sido injusta com aqueles que mais a amam, haverá tempo para recuperar o que foi perdido?»

Com estes exemplos se percebe como cada obra, sendo diferente, constitui um desafio especial na elaboração da sinopse. O facto de ter trabalhado sinopses tão distintas durante o meu estágio na DEL-P deu-me um bom treino, que me será precioso no futuro.

## 2.5. Capas

As capas são ainda mais relevantes que a sinopse no que respeita a chamar a atenção do leitor/ cliente e a convencê-lo a ler/ comprar o livro ou *e-book*. A capa é a primeira coisa que vemos, seja nas montras digitais seja nas livrarias físicas, e portanto tem o poder de atrair o olhar do consumidor, levando a que pegue no livro ou clique na imagem da capa, para ler depois a sinopse e informar-se sobre a história.

Mas a capa de um livro ou *e-book* é muito mais do que algo feito para atrair o olhar. Dependendo do género de *design*, imagens ou *lettering* escolhidos; com apenas um fugaz olhar o consumidor tira as suas primeiras conclusões, e uma capa mal idealizada pode significar que um leitor/ cliente, que até procurava ficção narrativa policial, não pega no livro porque o toma por outro tipo de narrativa.

Covers are still seen as important in a world of ebooks, and books without covers on Amazon will not sell as well. [...] Covers can give off messages about a book's target audience, and they help to position the book in the mind of the consumer. Research carried out for the Orange Prize for Fiction in 2000 found that the front cover and title of a book are taken by readers to be strong indicators of the kind of fiction, and whether the book is intended to be a male or female read. A novel was regarded as a female read based on the author's gender, the colour and general look of the cover, and its title. Women are far more likely to read books regarded as male reads (40 per cent of the women in the survey), with only a quarter of men interested in a book if they regarded it as a female read. [...] A good cover will encourage the consumer to pick up a book, and the consumer is then five times more likely to buy (Phillips, 2007, page 28). [...] Purchases can be classified by occasion – when the book will be read – and benefits – what the book offers to the reader. Covers can suggest a light read for the beach, an air of mystery, or a mood of passion. (Clark e Phillips, 2014: 230)

Assim, a tarefa de idealizar uma capa começa muito antes de se chegar ao *designer*, especialmente nas obras da Coolbooks, que não têm uma capa já idealizada, como as de literatura estrangeira traduzida.

Diferentemente do que acontece com as sinopses, onde as dificuldades se prendem mais com conseguir explicar a história de forma concisa sem dizer tudo, despertando o interesse do leitor/ cliente, idealizar uma capa requer, antes de mais, que se consiga criar um conceito interessante, adequado e exequível, e, depois, que se consiga transmitir esse conceito ao *designer*. Isto colocou-me dois problemas: se já tenho alguma dificuldade em conseguir criar conceitos mentais de capa, maior dificuldade tinha, inicialmente, em descrever esses conceitos, em fazer com que o *designer* compreendesse o que era esperado.

Desta forma, quando me foi pedido que preenchesse o documento de *briefing* para *design* de capa para uma obra da Coolbooks, fiquei momentaneamente apreensiva. Como saber o que pedir? O que imaginava eu para aquela capa? Para complicar mais um pouco, o primeiro *briefing* para *design* de capa que me coube fazer foi para um livro de contos.

*Conspiração*, já referido nas sinopses, é um livro com 4 contos distintos, que tem como título o do primeiro conto, onde um ex-ministro, um banqueiro e um grande empresário são assassinados, sendo os corpos abandonados em lugares públicos, exatamente para chocar a população. Quando a polícia investiga, depressa percebe que o povo não quer que este assassino seja apanhado, pelo contrário: encaram-no quase como um herói, que só mata aqueles que tanto fazem mal aos mais fracos. O segundo conto fala-nos de uma estudante ambiciosa que entra no caminho da prostituição de luxo para se sustentar e estudar, conseguindo, anos mais tarde, tudo o que sempre desejou para si, embora não da maneira que idealizou. No terceiro conto, uma professora caída em desgraça é aliciada por um terrorista. Fazendo uma pequena coisa, que talvez nem causasse grande impacto, podia viver bem financeiramente o resto da vida. E a escolha impõe-se: escolher o certo ou o errado? Por fim, o quarto conto leva-nos de regresso à guerra colonial e à realidade dos filhos que os soldados portugueses deixaram em África.

Na ficha de *briefing* para *design* de capa, indicamos qual o título da obra, o autor, o género, os temas abordados no livro e o público-alvo do mesmo. Depois, fazemos um breve resumo da história e explicamos o conceito pretendido para a capa. Podemos ainda

pesquisar algumas imagens em bancos de imagens como o Depositphotos<sup>28</sup>, o Shutterstock<sup>29</sup> ou o Istock<sup>30</sup>, quando temos uma ideia mais específica em mente e queremos que o *designer* use uma das imagens ou outras parecidas.

Assim, para o *Conspiração*, sugeri:

- Um tom sóbrio para a capa, onde o *lettering* podia estar a vermelho, fazendo lembrar o sangue dos crimes cometidos.
- Usar a imagem de um mendigo num banco de jardim, porque faria lembrar a forma como os corpos eram abandonados e a crise que atravessa a sociedade.
- Escolher uma imagem onde outro indivíduo passasse pelo banco de jardim, escolhendo não “ver” o mendigo, tal como tantas vezes acontece.

Pesquisei algumas imagens nos bancos de imagens, que ilustrassem o que pedi, e percebi como é difícil encontrar algo tão específico. Passei o *briefing* para *design* de capa à Margarida Ferreira, com tanto jeito para idealizar capas, e ela concordou com as minhas sugestões e acrescentou algumas dela, que já lhe tinham ocorrido quando leu os contos:

- Uma teia a ilustrar a capa, ou vidro partido, que indicasse a ideia de conspiração, usando talvez uma ilustração para manter a coerência com a capa da primeira obra da autora.

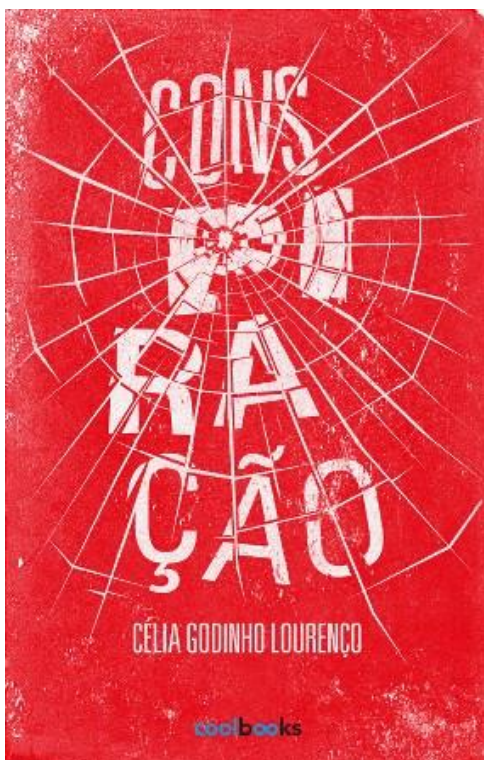
Uma vez mais, pesquisámos algumas imagens e enviámos o *briefing* para o *designer*. Este apresentou algumas propostas, mas assumiu logo que uma capa com a foto do mendigo, em foto mesmo, seria complicada de trabalhar, e portanto seguimos as sugestões da Margarida Ferreira, sendo esta a capa escolhida:

---

<sup>28</sup> <http://pt.depositphotos.com/>

<sup>29</sup> <http://www.shutterstock.com/pt/>

<sup>30</sup> <http://www.istockphoto.com/>



O fundo ficou a vermelho, a cor que tinha sugerido para o *lettering*, ficando este a branco para criar um maior contraste. A imagem escolhida é uma teia mas pode também fazer lembrar vidro quebrado por uma bala, o que remete para o tema do primeiro conto, que dá título à obra.

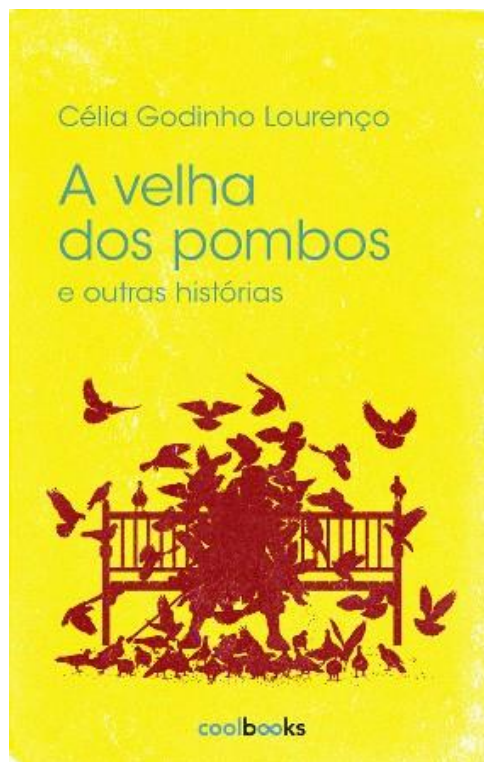
Fig. 13 Célia Godinho Lourenço, *Conspiração*

Outra capa para *um e-book* de contos em cuja preparação participei, quer no *briefing* para *design*, quer na escolha final, foi a capa do *Sobreviventes*, de Olinda P. Gil.

Para a autora, esta era também a segunda obra a publicar na Coolbooks, e a indicação que nos deu para o *briefing* de *design* de capa foi que gostaria de algo diferente da primeira, mais numa linha de ilustração, e deu como exemplo outra capa de um livro da Coolbooks.



**Fig. 14** Olinda P. Gil, *Sudoeste* – 1ª obra da autora publicada na Coolbooks



**Fig. 15** Célia Godinho Lourenço, *A velha dos pombos e outras histórias* – 1ª obra da autora publicada na Coolbooks com uma capa na linha da que Olinda P. Gil queria para a sua 2ª obra

Mais uma vez, nesta obra temos quatro contos distintos, mas em *Sobreviventes* nota-se mais depressa a ideia de luta contra o destino, contra as imposições do governo, contra a crise e a dificuldade. Nos contos de Olinda P. Gil, os personagens têm sempre uma réstia de esperança num amanhã melhor, e sacrificam-se com esse desejo em mente. Nestes contos, ninguém vive, todos sobrevivem no mundo que lhes é imposto e no qual procuram coisas boas em que se possam focar, mesmo que sejam apenas a alegria de uma criança, ou o prazer da leitura, procurando esquecer tudo o que de mau os rodeia.

Assim, pensamos numa capa sóbria, onde as cores de Portugal se destacassem, embora nenhum dos contos refira o país; uma ilustração, seguindo o desejo da autora, que deixasse clara a ideia de luta pela sobrevivência mas também, claro, a dificuldade em sobreviver. Pensámos também na hipótese de usar uma imagem antiga, a preto e branco, mostrando uma fila de pessoas, para fazer a ligação com um dos contos, em que se fazia fila para conseguir um simples pão.



Depois de algumas propostas que não foram viáveis, a capa escolhida, que representa bem os contos, foi esta:



Esta capa pode, a meu ver, ser interpretada de duas maneiras: a reivindicação, a luta dos sobreviventes, de mão erguida por um mundo melhor; e um pedido de ajuda, mão a assomar à tona, não viver mas sobreviver, é essa a realidade nestes contos representada.

Fig. 16 Olinda P. Gil, *Sobreviventes*

Duas outras capas nas quais trabalhei no *briefing* de *design* de capa foram as de *No Trilho dos Sonhos*, de Bernarda de Souza, um romance histórico, e de *O Diário do meu Suicídio*, de Rui Miguel Almeida, um romance diarístico.

A primeira, sendo para um romance histórico, criou desde logo a dificuldade em arranjar imagens de época. Estas são mais caras nos bancos de imagem, e muitas vezes é difícil perceber com clareza se a época que é suposto representarem está correta. Este *e-book* traz-nos a história de D. Dinis, o Lavrador. Acompanhamos o seu crescimento, como o dos seus irmãos, e a vida dos seus pais, D. Afonso III e D. Beatriz de Castela. Visitamos a corte de Afonso X, rei de Leão e Castela, com o pequeno Dinis, apenas com seis anos. E descobrimos com ele o primeiro amor, o sentido de obrigação que se sobrepõe a tudo o resto enquanto rei, e a escolha de uma rainha num Conselho, sem que amor algum esteja envolvido. Mas conseguirá a Rainha Santa despertar o amor no coração de D. Dinis?

Para esta capa queríamos usar elementos que remetessem de imediato para os protagonistas mas, não existindo imagens da época, uma qualquer imagem de uma dama com um vestido real foi excluída. Sugerir, quando estávamos num impasse, criar a capa usando uma folha de pergaminho com uma pena e tinteiro sobre uma mesa, com rosas ao lado. Assim conseguíamos representar D. Dinis, o trovador que decidiu instituir o português como língua oficial e que escrevia canções de amor; e a Rainha Santa, D. Isabel, conhecida pelo milagre das rosas.

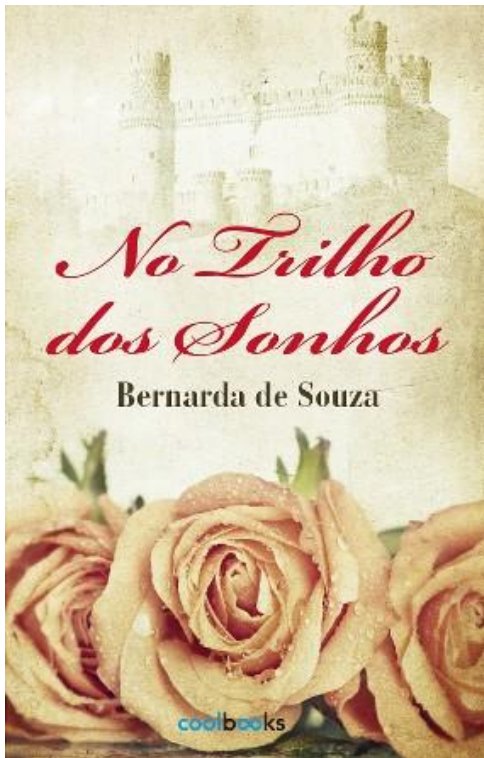
A *designer* tentou, mas acabamos por não gostar do conjunto, e uma capa alternativa da própria *designer*, que decidiu focar-se no romance e apenas na Rainha Santa acabou por nos convencer. Assim temos as rosas de D. Isabel e o castelo real ao fundo.

Quanto a *O Diário do meu Suicídio*, trata-se de um romance em torno da história de um professor, com quase 40 anos, que não sente que valha mais a pena viver. Casado e com dois filhos, chega a escrever uma carta de despedida e planeia atirar-se da janela, mas no último momento não o consegue fazer. Então, na sua amargura, vira-se para a escrita como forma de terapia, com o álcool como anestésico. Durante quase um ano acaba por viver o que não viveu na juventude, somando experiências com uma jovem professora e uma aluna especial. No caminho, descobre segredos dos filhos e da esposa, que o fazem repensar tudo o que tinha como certo.

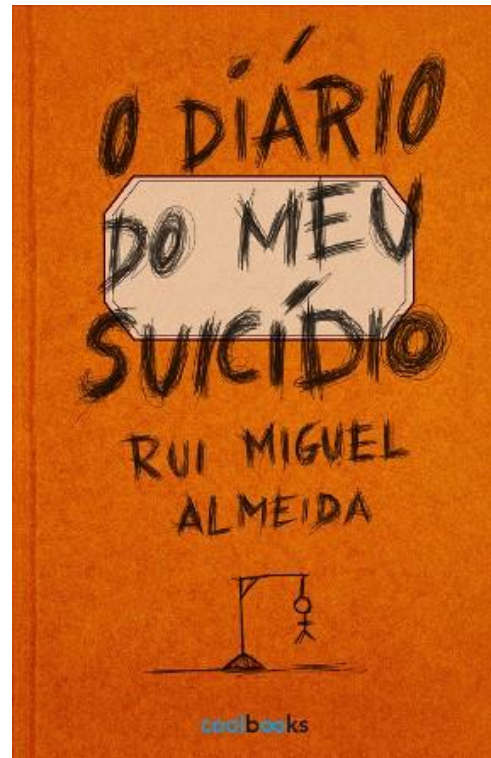
Não tínhamos um conceito claro em mente, e por isso sugerimos vários conceitos de capa. A *designer* fez algumas propostas na primeira ronda, mas só na segunda volta é que surgiu a capa vencedora, que foi ao encontro de um dos seguintes conceitos:

- Capa com fundo de uma cor sólida e vibrante com uma foto a preto e branco por cima, de um homem a beber, sentado num cadeirão e com a cara oculta pelas sombras.
- A capa podia simular um diário, de forma a jogar com o título da obra. Também se podia acrescentar um *stickman* pendurado, um “enforcado”.
- Fazendo referência ao alcoolismo do personagem, a capa poderia mostrar a vista superior de um copo de whisky numa mesa de madeira escura, com o título numa fonte garrafal e de cor elétrica.

- Capa com silhueta de um homem a olhar por uma janela, de copo na mão. É o que Diogo faz quando pensa em suicidar-se. Como a cena é à noite, e tudo seria em tons escuros, o *lettering* teria de ser luminoso, como a luz que vem de fora da janela, da rua, para chamar à atenção.
- Capa com um homem sentado a escrever a um computador (é onde ele escreve o diário), com um copo cheio ao lado, elemento sempre presente. Uma vez mais, o título e nome do autor teriam de ser destacados através de contraste da cor.



**Fig. 17** Bernarda de Souza, *No Trilho dos Sonhos*



**Fig. 18** Rui Miguel Almeida, *O Diário do meu Suicídio*

É preciso frisar que embora as capas digitais sejam tão importantes, talvez até mais do que físicas, têm algumas particularidades. A capa de um livro em suporte de papel está, além de online, numa livraria, num hipermercado, numa feira do livro. É palpável, tem dimensão. E o grosso das vendas de livros em suporte de papel é feito nestes espaços, embora a maioria da divulgação dos mesmos seja feita online, tal como acontece com os

livros digitais (falarei melhor sobre esse tema no ponto seguinte). Exatamente por isso, se soubermos de um novo livro online, podemos até procurar informações sobre o mesmo, mas na maioria das vezes vamos a um ponto de venda e pegamos nele, relemos a sinopse, folheamos, decidimos quase sempre ali a compra. Isto é ainda mais verdade quando a compra é feita por impulso e não premeditadamente. Quando vemos o livro na livraria, somos atraídos pela capa, pelo título ou pelo nome do autor, e depois de lermos a sinopse decidimos ou não comprar.

O comércio digital não funciona assim, porque não existe um segundo momento. Os livros da Coolbooks estão à venda apenas na WOOK, portanto o leitor/ cliente não tem uma maior proximidade com o *e-book*, com a capa, do que a que lhe é proporcionada pelo ecrã. Assim, as capas digitais precisam de ter em conta não só todos os aspetos financeiros e comerciais que as outras capas também respeitam, mas têm também de dar uma especial atenção ao tamanho, ao pormenor, porque não há um segundo momento que permita pegar no livro, perceber melhor a imagem e dar maior atenção a pormenores: esse momento é o momento em que se vê a capa pela primeira vez. Uma vez que as capas aparecem na WOOK num tamanho bastante reduzido, é preciso que atraiam o leitor/ cliente, para que surja a vontade de clicar e saber mais. E ao clicar, a imagem aumenta um pouco, e aí sim, é preciso que se consigam distinguir todos os detalhes.

Deixo uma imagem da montra da WOOK, quando se efetua uma pesquisa por Coolbooks, e uma de uma das obras, depois de se clicar nela. Com estas duas imagens percebe-se como é mais importante ainda que as capas sejam pensadas para ambiente digital, tendo em atenção a visibilidade do logótipo da Coolbooks, cuja cor se altera conforme a capa em que se insere, por exemplo, assim como o título e nome do autor. Há pormenores em que só se repara com a capa em tamanho maior, mas a intenção também é essa, despertar a atenção e depois conseguir surpreender mais o leitor/ cliente.



Fig. 19 Imagem de livros da Coolbooks numa pesquisa na WOOK

**eBook** **Manhã Clara (eBook)**  
 de Vasco Saragoça  
**ePUB**  
 Edição/reimpressão: 2014  
 Páginas: 378  
 Editor: Coolbooks  
 ISBN: 978-989-766-005-4  
 Idioma: Português

**eBOOK DISPONÍVEL PARA LEITURA NO eWOOK READER** ?

**6,99€**

**Disponibilidade Imediata** ?

COMPRAR

★★★★★ [ver comentários](#) | [comentar](#) | [recomendar](#)

Like Share 26 Partilhar *Pinit* Tweet

Fig. 20 Página do livro de Vasco Saragoça, *Manhã Clara*, na WOOK

## 2.6. Estratégias de *marketing* e promoção na Internet

Com o aparecimento das redes sociais, nenhuma editora pode ficar indiferente. Hoje, o grande *marketing* faz-se atrás de um computador com acesso à Internet. No entanto, para os livros em suporte de papel, o *marketing* tradicional ainda existe. Temos os marcadores de livros, os livretos promocionais com o primeiro capítulo, as capas dos livros e os próprios livros em destaque nas livrarias e hipermercados, assim como nos folhetos promocionais dessas cadeias de venda. Mas se isso já não é suficiente para os livros em suporte de papel, o que dizer dos *e-books*?

Publicar um livro é sempre um risco. Por maior que seja a sua qualidade, é preciso que se convença os leitores a descobrir essa qualidade, a identificar-se com a obra. Na maioria das vezes, um sucesso internacional não é uma garantia de sucesso em Portugal. Exatamente por isso, nunca bastaria produzir o livro. É preciso que se promova o livro, o autor, a história. Como convencer a comprar?

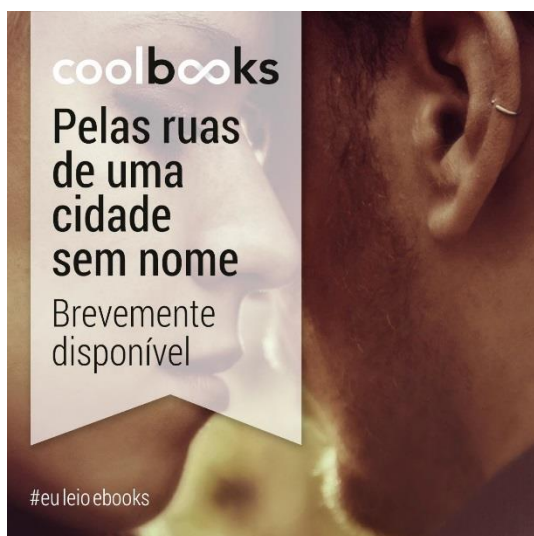
Whilst some marketing practices developed for print books carry over to the digital world, marketing has undergone a radical change in emphasis from the physical to the internet and mobile. [...] The effects of the internet and associated technologies continue to have major implications on the ways in which books are marketed and sold. [...] The challenge for publishers is to help readers to discover, and buy, their books in a digital world of content abundance, much of it available for free. Whilst it has diminished print newspapers and the amount of review space for books, the web has opened up many new marketing opportunities, often at low direct cost. Internet retailing has broadened and deepened book availability worldwide. The rapid rise of social media has fostered word-of-mouth recommendation – hitherto restricted to family and close friends – and the influence of bloggers and book recommendation sites has grown. [...] Most significantly, technology facilitates direct to consumer (D2C) marketing and a dialogue with readers and users. (Clark e Phillips, 2014: 221-222)

Neste ponto vou destacar o *marketing* que a Coolbooks faz na Internet, através de vários canais. Uma vez que estamos no âmbito dos livros digitais, não faria sentido que a

promoção e divulgação dos mesmos fosse feita fora deste meio, embora possa, eventualmente, ser feita também junto dos vendedores dos livros em suporte de papel.

### 2.6.1. Facebook

O *marketing* começa muitas vezes antes de o próprio produto ser concebido, mas neste caso isso não se verifica necessariamente. A divulgação das obras da Coolbooks começa um pouco antes do lançamento da própria obra, sendo o primeiro canal de divulgação a página de Facebook<sup>31</sup> da chancela. Uma vez que os *e-books* da Coolbooks são passíveis de serem lidos no computador mas também nos *tablets* e nos *smartphones*, foi criado um *layout* onde as capas dos livros novos são colocadas como imagens nesses aparelhos, para criar uma imagem real do que o leitor verá.



**Fig. 21** Imagem divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias antes do lançamento de uma nova obra



**Fig. 22** Imagem divulgada no Facebook da Coolbooks no dia do lançamento da nova obra

Depois, nos dias que se seguem ao lançamento da obra, a capa do livro é apresentada noutros aparelhos que permitem a leitura, com algumas citações do livro, para despertar a curiosidade do leitor. Uma vez que isto é feito para todas as obras, vou optar

<sup>31</sup> <https://www.facebook.com/coolbooks.pt>

por mostrar os conteúdos de uma mesma obra, para que a ideia transmitida seja a que se pretende transmitir ao leitor/ cliente.



**Fig. 23** Citação do livro, divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias depois do lançamento da obra

**Fig. 24** Citação do livro, divulgada no Facebook da Coolbooks uns dias depois do lançamento da obra





Enquanto estagiária na DEL-P, a trabalhar diretamente para a Coolbooks, fez parte das minhas tarefas retirar citações interessantes dos livros para os promover. Há textos mais fáceis que outros, claro, mas também as citações têm as suas condicionantes: não podem divulgar nada demasiado relevante da história; não podem ser demasiado extensas porque é preciso que caibam no *layout* já preparado; e convém que passem uma mensagem clara do tipo de obra que está em causa. Felizmente, há obras onde a dificuldade não é encontrar boas citações, mas escolher quais publicar entre as tantas boas citações que se escolheram previamente.

Nesta fase, com a obra já publicada, cabe também aos autores divulgar a obra. São aconselhados a criar páginas de autor no Facebook, onde podem partilhar os conteúdos que a Coolbooks partilha no seu Facebook, assim como excertos da obra, outros textos que decidam divulgar, opiniões dos leitores, etc. É uma forma de os leitores se sentirem mais próximos dos escritores, e isto é válido tanto para os livros em suporte de papel como para os *e-books*: independentemente do formato em que a obra de um autor é vendida, os leitores gostam sempre de acompanhar o autor. E quantos não descobrem primeiro o autor e só depois a obra?

A autora da obra que usei como exemplo nos materiais promocionais ilustra bem isso. O livro foi apenas publicado no final de setembro, mas a autora optou por criar uma página de Facebook muito antes, e foi angariando “gostos”, ou seja, seguidores, comentando a atualidade de forma perspicaz, divulgando mais textos de ficção seus, pequenos excertos da obra a ser publicada... sempre respondendo aos que interagem com ela, deixando claro que é uma escritora fácil de abordar, o que agrada aos possíveis leitores.

Como se pode verificar na imagem seguinte, a autora partilha conteúdos da sua obra e informações referentes à mesma, como o facto de ainda estar no top de *e-books* mais vendidos na WOOK, ao fim de 17 dias no mercado; também dá a conhecer o livro que anda a ler no momento e não esquece os assuntos da atualidade.



**Fig. 25** Página de Facebook da autora Carla Ramalho, dia 9 de outubro (909 gostos)

O Facebook é, portanto, a plataforma preferencial de *marketing* para as obras da Coolbooks, uma vez que chega de uma forma mais rápida e eficaz aos interessados. Por outro lado, é mais simples partilhar notícias, eventos, e mesmo os conteúdos que estão disponíveis no *website* da Coolbooks (o outro grande local de *marketing* do livro) no Facebook, do que esperar que as pessoas se dirijam por si mesmas ao *website* para ver, pois a partir do momento em que é feito um “gosto” na página da Coolbooks, o que se vai colocando lá aparece automaticamente nos murais dos utilizadores do Facebook.

## 2.6.2. Website da Coolbooks

No *website* da chancela temos a grande maioria da informação alojada. É lá que se encontram as características das obras, uma breve biografia dos autores, a distribuição das obras por categorias, assim como algumas rubricas promocionais que ajudam o leitor a saber mais do autor e da obra, e é sobre essas rubricas que vou agora falar.



Fig. 26 Visão da página inicial do *website* da Coolbooks

Todos os destaques visíveis na página inicial podem ser alterados, e são-no, cada vez que uma nova obra é publicada. No momento, por exemplo, temos as obras *Pelas ruas de uma cidade sem nome*, *Direções* e *Aventuras de Flauto – A maldição da porta de gelo* em maior destaque, visto serem as últimas obras publicadas pela Coolbooks.

No separador “Notícias” podemos encontrar parte da promoção às obras e autores que foi iniciada quando eu já me encontrava a estagiar na DEL-P. Inicialmente, era pedido aos autores que fizessem uma breve apresentação de si mesmos e das suas obras e o conteúdo era divulgado, com uma foto do autor, no *website*.

Este conteúdo foi substituído por algo diferente: uma espécie de nota manuscrita que cada autor deixa aos seus leitores. É pedido aos autores que escrevam uma mensagem para os seus leitores, tirem uma foto ao texto ou digitalizem a folha, e façam o envio para o coordenador editorial da Coolbooks. Depois, internamente, a equipa de *design* da Porto Editora copia esse conteúdo para um *layout* com a imagem do autor, e a mensagem é divulgada no Facebook.



**Fig. 27** Mensagem da autora Carla Ramalho aos leitores

O “Discurso Direto” é outra das rubricas novas no *website*. Elaboramos algumas perguntas para os autores, cujas respostas são depois divulgadas neste espaço. As perguntas não seguem a mesma linha, são adaptadas a cada autor e a cada obra, procurando ser atuais e interessantes. Tal como nas sinopses e na escolha de citações, umas vezes é mais simples elaborar este mini questionário, outras, é complicado. Mas somos quatro a opinar (eu, enquanto estive a estagiar, a Margarida Ferreira, o Vitor Gonçalves e o Nuno Almeida) e, especialmente quando os autores colaboram e brincam um pouco com as respostas, temos um discurso direto valioso. Depois de publicado no *website* da Coolbooks, o discurso direto é partilhado no Facebook da chancela, para que chegue a mais pessoas.

Deixo uma amostra do discurso direto<sup>32</sup> da autora Carla Ramalho (para me manter na mesma obra/autora referenciada ao longo deste ponto):

## Carla Ramalho em discurso direto



Estivemos à conversa com **Carla Ramalho**, autora da mais recente obra publicada pela Coolbooks, *Pelas ruas de uma cidade sem nome*.

**Como surgiu *Pelas ruas de uma cidade sem nome*?**

**Fig. 28** Discurso Direto de Carla Ramalho (1)

---

<sup>32</sup> <http://www.coolbooks.pt/noticias/detalhe/ver/?id=78262&langid=1>

Surgiu de uma forma casual – estava num curso de escrita criativa, em que os participantes tinham de imaginar uma narrativa com uma mulher jovem como protagonista. A partir daí, e sem saber muito bem como, fomos escrevendo uma espécie de novela mexicana, recheada de clichés femininos: a pobre desgraçada só tinha amado um homem, aquele homem abandonou-a, ela ficou grávida, passados vinte anos ele aparece, ela nunca o esqueceu, voltam a amar-se, enfim ... Na última semana deste exercício coletivo resolvi dar uma volta naquilo. Já não aguentava! Virei a estória do avesso e imaginei uma mulher fora dos cânones, forte, independente, que ao invés de esperar sentada por um qualquer príncipe encantado, no recato do seu lar, do cimo da sua maternidade, qual pedestal encantado, vendia sexo nas ruas, ao mesmo tempo que procurava nos livros e na escrita uma forma de remissão. Pareceu-me uma personagem que desafiava um pouco aquelas construções de género, da mesma forma que tinha uma envolvência interessante, mesclando o mundo da prostituição e o mundo da literatura. Este acabou por ser o fio condutor para o resto da narrativa. Até para o surgimento das restantes personagens.

### **Se Madalena e João escrevem para expurgar os seus demónios, qual é a razão que a leva a escrever?**

Acho que também passa por aí - expurgar os meus demónios. E sentir. Há qualquer coisa que só a escrita me dá, não sei muito bem como explicar. Haverá uma boa dose de terapia, de necessidade de me organizar. Depois o gosto em contar estórias, em inventar pessoas, situações. Como se costuma dizer, a vida é bem mais interessante dentro da nossa cabeça!

### **Quais são as maiores referências e influências na sua escrita?**

Acho que as minhas grandes referências são escritores nacionais, como Saramago, Eça de Queiroz ou Mário Zambujal. Estilos diferentes que me encantam por razões diferentes. Saramago porque é uma grande referência. Tudo naquela escrita é sublime, é genial, e é quase uma necessidade ler um livro do mestre de vez em quando. Eça porque foi o primeiro grande sociólogo português, no sentido do poder de observação que tinha, da leitura que fazia da sociedade, e que ainda hoje se mantém, em muitos casos, atual. Sendo eu socióloga só posso render homenagem a tão estonteante poder de análise e de relato. Mário Zambujal porque tem aquela forma única de contar estórias, de criar personagens e situações que me sensibilizam, ou fazem rir. E isso é tão difícil: fazer rir os outros.

25.09.2015

**Fig. 29** Discurso Direto de Carla Ramalho (2)

Além do “Discurso Direto”, foram criadas mais duas rubricas, que figuram no *website* mas são partilhadas no Facebook: “Banda Sonora” da obra e “Cooluna de Autor”.

Na “Banda Sonora”, é pedido aos autores que selecionem algumas músicas que relacionem com a sua obra, para partilharmos com os leitores. É criada depois uma *playlist*

para a obra, com as músicas escolhidas, no Spotify<sup>33</sup>, onde qualquer pessoa as pode ouvir gratuitamente, bastando para isso que crie uma conta na aplicação, podendo até usar a sua conta pessoal do Facebook para o fazer.

## A banda sonora de «Pelas ruas de uma cidade sem nome»

Carla Ramalho, a autora de *Pelas ruas de uma cidade sem nome* partilhou connosco as músicas que a inspiraram na escrita e na construção desta cidade.



02.10.2015

**Fig. 30** Banda Sonora do livro de Carla Ramalho, *Pelas ruas de uma cidade sem nome*

### ÚLTIMAS NOTÍCIAS

A banda sonora de «Pelas ruas de uma cidade sem nome»

02-10-2015

"Pelas ruas de uma cidade sem nome

28-09-2015

Carla Ramalho em discurso direto

25-09-2015

Tiago Rendeiro de Matos em discurso direto

31-07-2015

A banda sonora de "Direções

28-07-2015

A banda sonora de "Um anjo pela metade"

26-06-2015

Humberto Duarte em discurso direto

23-06-2015

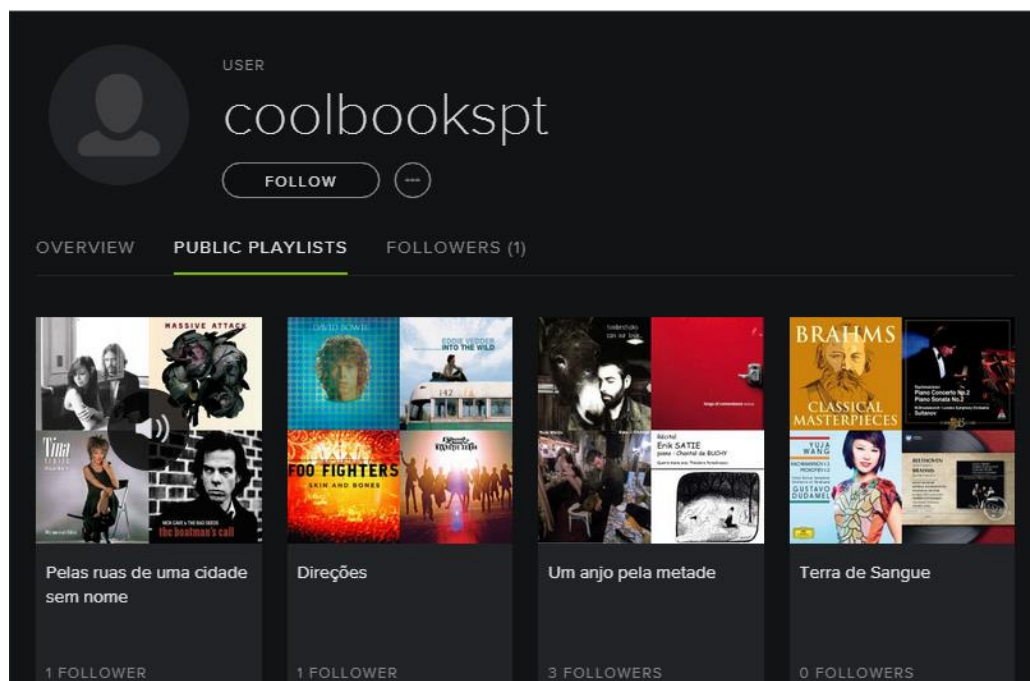
Carlos Soares por Mário Zambujal

28-05-2015

Rui Pérciles em discurso direto

18-05-2015

A banda sonora de "Terra de Sangue"



**Fig. 31** Playlists da Coolbooks no Spotify

<sup>33</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Spotify>

Já a “Cooluna de Autor” é um espaço livre onde os autores da Coolbooks são convidados a escrever uma crónica. Escolhem o tema, escrevem o texto e enviam ao coordenador editorial. A crónica é publicada no *website*, sendo mais tarde partilhada no Facebook.

Esta é uma forma de os leitores lerem estes autores fora do contexto da obra que publicaram, e uma maneira de deixar os autores expressarem-se livremente sobre qualquer assunto que achem relevante no momento. Patricia Morais, por exemplo, escolheu falar do estigma que sente por ser escritora de literatura fantástica, defendendo a importância da mesma. Já Carla Ramalho optou por mencionar a crise de refugiados que tem assolado a Europa, criticando a inércia de quem tem o poder de tomar as decisões e permite que aquelas pessoas desesperadas sofram mais enquanto “pensam” numa solução. Deixo um excerto da “Cooluna de Autor”<sup>34</sup> de Carla Ramalho:

## A (in)consciência que dorme em nós



Fig. 32 Cooluna de autor de Carla Ramalho (1)

---

<sup>34</sup> <http://www.coolbooks.pt/noticias/detalhe/ver/?id=78622&langid=1>



O mundo enlouqueceu. Ou talvez sempre tenha padecido de uma qualquer bipolaridade crónica. Sim, o mundo sempre foi desvairado. Injusto. Tremenda e aleatoriamente criminoso. Apenas uma espécie de negação nos mantinha anestesiados. Como que afastados da verdade. Nada acontece se não acontecer à nossa porta. Nada acontece se não nos atingir diretamente. Até que um dia o mundo se aproxima e toca à campainha. Abrimos. E do outro lado, molhada pelas águas do Mediterrâneo, aterrorizada pelo barulho das bombas, culpada de tanta inércia, a nossa consciência.

Não sou uma pessimista convicta. Sempre me considerei uma privilegiada, a viver num tempo único, com possibilidade de atingir metas singulares. Uma espiral de realizações que outrora não se podia ousar pensar. Que o digam os meus avós. E os seus antepassados. Mas agora confirmo que tudo tem um fim. Nada é adquirido para sempre. E ao ver imagens desta Europa em que vivo, que se resigna perante crianças mortas, que desiste das mães desesperadas que atiram os seus filhos por cima de cercas de arames farpados, erigidas por homens surdos e mudos, percebo que o mundo novamente se equivocou. Esta Europa novamente se perdeu. Não aprendeu o caminho. Não guardou aquele aviso maior que devia conduzir cada pensamento comum, cada ação, cada dia: a história é cíclica, tempos de paz e guerra sucedem-se. Acautelem-se.

**Fig. 33** Cooluna de autor de Carla Ramalho (2)

### **2.6.3. Promoções**

No que respeita às promoções, estas são atividades pontuais, que se usam ou no lançamento de uma obra ou numa qualquer data a comemorar. São decididas e organizadas pelo coordenador editorial da Coolbooks, e contam com o apoio da WOOK e dos blogues.

Um dos primeiros *e-books* publicado depois de começar a estagiar na DEL-P foi *Sombras*, de Patricia Morais. Nessa altura discutia-se a melhor forma de chamar a atenção das pessoas para o lançamento.

Fui incumbida de pesquisar alguns blogues, *websites* e grupos de Facebook onde existissem fãs de literatura fantástica, para enviar uma lista à autora, que faria junto deles a divulgação dos livros, de forma a tentar que lessem a obra e dessem uma opinião sobre a mesma.

Nesse momento ocorreu-me que podíamos fazer uma promoção especial só para alguns blogues, uns dias depois do lançamento da obra. Ingenuamente, achei que bastaria

falar e o coordenador editorial concordar para se fazer rapidamente, mas na verdade o processo não funciona assim.

Primeiro foi preciso analisar a minha proposta. Acabámos por decidir oferecer 40% de desconto a quem fosse seguidor dos blogues que foram convidados a divulgar o desconto, e seleccionámos uma lista reduzida de blogues (da lista maior com a qual a Porto Editora colabora numa base contínua), que foram contactados para sabermos se concordariam em divulgar o lançamento e o desconto.

Foi depois necessário pedir na WOOK que gerassem um código de desconto específico para a obra em questão. Percebeu-se no primeiro dia da promoção que havia um problema com o código: estava feito para ser utilizado apenas uma vez, o que significa que começámos a receber perguntas de leitores, que não percebiam porque não funcionava o código. Felizmente a equipa técnica resolveu o problema depressa, as pessoas que já tinham tentado comprar o livro foram avisadas, e a campanha decorreu sem problemas.

Esta foi uma técnica de promoção que funcionou, uma vez que as pessoas compraram no momento, devido ao desconto, e isso permitiu aumentar o número de vendas antes de serem publicadas as primeiras opiniões sobre a obra.

Os autores dos blogues recebem no e-mail todos os dados da obra, um link que permite aos seguidores ler as primeiras páginas do livro, e a sinopse. Depois, o que cada blogue efetivamente divulga varia, porque já não temos controlo sobre essa tarefa. Isto implica que corremos sempre o risco de a divulgação não ter força nenhuma, mas são mais as vezes em que compensa do que aquelas em que corre mal.

Esta promoção correu bastante bem, e portanto ficou decidido que seria repetida em mais algumas obras, o que efetivamente aconteceu. No entanto, não se pode repetir com todas as obras, porque a ideia não é desvalorizar a chancela, mas sim ajudar a que alguns curiosos com os *e-books* publicados se transformem em leitores.

Enquanto estagiária, sugerir esta promoção, estar lá, ver acontecer, e saber que correu bem, foi inesquecível. Propor algo que nem estava ainda bem pensado e ver a

proposta aceite quase de imediato, fazendo depois parte de todo o processo de aplicação da mesma foi muito compensador.

Além deste género de promoção, há ainda as promoções sazonais, como a promoção no dia dos namorados, ou no aniversário da Editora, das quais deixo algumas imagens.



**Fig. 34** Imagem promoção 20% nos mais vendidos



**Fig. 35** Imagem promoção 25% na compra de dois e-books Coolbooks



**Fig. 36** Imagem promoção Dia dos Namorados: leve 2 e pague 1

#### 2.6.4. Opiniões: Goodreads e blogues

Para terminar este ponto, resta-me falar da importância das opiniões de quem já leu. Uma das grandes ferramentas de *marketing* da modernidade são exatamente as opiniões. É em blogues e plataformas como o Goodreads<sup>35</sup> que hoje muitos leitores procuram informação sobre os livros. Assim sendo, percebe-se a importância destas ferramentas para o sucesso de um livro. Se toda a gente que leu (e que leu e opinou sobre tantos livros, cujas opiniões os leitores partilharam) disser que não gostou, quem vai comprar o livro? Claro que todos gostarem não é garantia de que os leitores irão comprar, mas se não ajudasse, como explicar a enorme quantidade de blogues literários, com as novidades de todas as editoras, ou uma plataforma como o Goodreads, com tantos utilizadores?

Publishers have long recognized that an important influence on sales is the elusive word of mouth (WOM). Sales are generated by trusted recommendations from friends, family or booksellers. [...] Publishers will send print or digital proofs to key influencers in the Twittersphere or blogosphere in order to stimulate a conversation around a new title. For example, a book aimed at a female audience could be sent to the UK community site for parents, Mumsnet, which in 2013 had 9 million visits per month (mumsnet.com). Bloggers on children's/YA books are especially active. (Clark e Phillips, 2014: 237-238)

Na Coolbooks, como já foi referido, quando uma nova obra é publicada ou quando se faz alguma promoção especial, contactamos os blogues para que divulguem aos leitores. Também é prática corrente em todas as editoras (e portanto a Coolbooks não foge à regra), enviar exemplares das obras para os blogues, umas vezes uns outras vezes outros, para que estes possam ler o livro e escrever uma opinião sobre o mesmo.

---

<sup>35</sup> <https://www.goodreads.com/> - o Goodreads é uma plataforma onde os utilizadores podem criar várias estantes virtuais, onde colocam os seus "livros", podendo escrever uma opinião sobre eles ou avaliá-los com estrelas, de um a cinco. Além disso, podem interagir com os autores nas páginas destes, criar grupos de leitura, participar em passatempos internacionais, etc. Os utilizadores mais ativos podem pedir o estatuto de *librarian*, que lhes permite adicionar livros ao catálogo do Goodreads, eliminar livros mal adicionados, alterar dados nos livros já existentes, juntar edições diferentes da mesma obra, etc.

Nesta chancela, os autores têm acesso a um determinado número de cópias, e podem decidir enviar *e-books* aos blogues, esperando que gostem e escrevam uma boa crítica.

A diferença aqui é o facto de existir normalmente uma contrapartida: os blogues esperam que os livros cheguem para os lerem e escreverem uma recensão. Claro que para as editoras isto é publicidade a baixo custo, mas nem sempre será publicidade boa, o que pode complicar as coisas. Ainda assim, nesse aspeto, será sempre mais controlável do que o caso das opiniões no Goodreads.

Embora hoje a grande maioria dos blogues esteja representado também no Goodreads, esta é uma plataforma onde qualquer pessoa pode criar uma conta e escrever uma opinião. Uma das minhas tarefas na DEL-P foi criar páginas para todos os livros e autores da Coolbooks, tarefa que tenho continuado a fazer mesmo depois do estágio terminar, porque, sendo eu uma utilizadora assídua desta plataforma, é algo que faço com facilidade.

O Goodreads tem também a particularidade de criar uma página de autor mais abrangente: os autores podem colocar os livros que escreveram e publicaram, mas também os livros que estão a ler; se tiverem um blogue, podem associá-lo à página do Goodreads, de forma a terem cada publicação em simultâneo nas duas páginas. Na página da Carla Ramalho, por exemplo, consegui colocar o *booktrailer*<sup>36</sup> que a Coolbooks fez para promover o livro. E os utilizadores e autores podem usar esta plataforma tal como usam o Facebook: adicionando pessoas, falando sobre o livro, respondendo de forma simpática às opiniões dos leitores, etc.

---

<sup>36</sup> Os *booktrailers* são normalmente pequenos vídeos com imagens e frases chamativas, que, com uma música de fundo, despertam o interesse do leitor. São como que uma sinopse animada, que é mais fácil de assimilar e mais interessante. Além disso, são uma ótima ferramenta de *marketing*, porque é muito mais fácil levar as pessoas a partilhar vídeos, por exemplo, do que sinopses. «Viral marketing involves creating a website plus a video, e-mail, mobile phone message, advertisement or other marketing event that is so infectious that customers will want to pass it along to their friends. Because customers pass the message or promotion along to others, viral marketing can be very inexpensive. And when the information comes from a friend, the recipient is much more likely to view or read it.» (Kotler et al., p. 523 *apud* Clark e Phillips, 2014: 238).

Por último, deixo a opinião de dois livros da Coolbooks, uma no Goodreads e outra num blogue.

**Opinião 1:** *Sombras*, de Patricia Morais – Opinião da utilizadora Ana Baguecho no Goodreads (5 em 5 estrelas)

«Eu adorei ler este livro devido à sua mensagem: transmite que por mais difíceis que sejam os nossos problemas, todos nós podemos ultrapassá-los. Muitas vezes temos a tendência de transformar qualquer pequeno obstáculo num drama de grandes proporções, que na nossa cabeça se torna impossível de ultrapassar. Esquecemo-nos que existem pessoas a passar por situações muito mais difíceis mas que devido à sua atitude conseguem “voltar a viver”, enquanto nós preferimos limitar-nos a sentir pena de nós próprios.

Este é um livro que envolve por completo qualquer pessoa desde o primeiro instante, pois está repleto de suspense e surpresas que tornam muito difícil pousá-lo antes de o terminar. Ao contrário do que ocorre com muitos livros, em que nos primeiros capítulos já conseguimos antecipar o seu desfecho e constituir uma opinião “definitiva” sobre todas as personagens, nesta história a forma como a ação se desenvolve faz com que ao longo do livro mudemos o parecer relativamente a algumas personagens centrais.

As personagens estão bastante bem construídas, pois embora a acção se desenvolva num ambiente repleto de figuras místicas, facilmente nos conseguimos rever nelas. Uma vez que, todos nós, em algum ponto da nossa vida já nos debatemos com os mesmos sentimentos que eles. Contudo, tenho que destacar a personagem principal, que é um verdadeiro exemplo de força, perseverança e coragem para todas as mulheres. Retrata uma perspectiva ainda pouco explorada nos livros de aventura: um enredo que se centra numa figura forte feminina, que serve de inspiração a todas as raparigas sobretudo nos momentos em que nos sentimos fragilizadas.

Em suma, é um livro que conseguirá satisfazer todos os tipos de leitores, porque contém tudo o que uma boa história deve ter: romance, aventura e bastante suspense, razão pela qual aconselho vivamente a sua leitura e anseio pelos novos desenvolvimentos deste cativante enredo.»

**Opinião 2:** *Pelas ruas de uma cidade sem nome*, de Carla Ramalho – Opinião da *blogger* Elsa R. no blogue Efeito dos Livros<sup>37</sup>

«Quando a autora nos abordou eu nem nunca tinha ouvido falar da história. Os *e-books* recentemente lançados acabam por me passar ao lado. Leituras digitais faço uma ou outra no telemóvel, continuando grande fã do papel. Mas a sinopse captou a minha atenção.

Curioso foi ter agradecido à Carla, a autora deste livro e que tão gentilmente nos cedeu um exemplar de leitura, alertando-a para o facto de que não tinha disponibilidade imediata para o ler.

Agora qual não é a minha surpresa quando pego no *e-book* de "Pelas ruas de uma cidade sem nome" à hora de almoço e dou por mim a terminar o livro antes de ir dormir, no mesmo dia, completamente rendida à história, literalmente debruçada sob o telemóvel a ler e conhecer a história de Madalena, a puta e posteriormente, a de João, o escritor.

Realmente não interessa o tamanho ou o meio como as histórias nos chegam, o que interessa realmente é chegar e apanhar o leitor. Esta história apanhou-me por completo. Madalena dá corpo, alma e voz a um grupo marginalizado pela vida que escolheu ou pela qual foi escolhida, sem lhe ser dada alternativa. As mulheres que andam na vida caminham pela mão das noites inseguras e inesperadas. Caminham pela mão da morte porque como diz Madalena, não anda na vida, anda na morte. Essa é uma fatalidade que espreita a cada novo cliente, a cada nova vontade e a cada vez que lhe usam o corpo e lhe ferem a alma.

Gostei bastante da forma poética como nos é contada a história, da percepção da vida de morte que Madalena leva e o do caminho que percorre quando João entra na sua vida (que embora previsível, para mim, encontra-se magnificamente bem descrito, repleto de emoção e dor)

Embora ao longo da história a presença de João seja importante, quer a sua personagem, quer o quanto a sua presença vai influenciar a vida e o rumo de

---

<sup>37</sup> <http://efeitodoslivros.blogspot.pt/>

Madalena, é na personagem feminina que focamos a nossa atenção. É por Madalena que torcemos, pela sua força e capacidade de superar o lado negro da vida que vive.

E que outro sentimento que não o amor para fazer incidir sobre a vida de alguém a luz que esta pessoa mais necessita.

"Pelas ruas de uma cidade sem nome" não devia estar quietinho, guardado em formato *e-book* em qualquer aparelho digital. Este livro devia estar na estante, onde a capa seduz quem passa, onde a sinopse convence que pega no livro na dúvida se o leva ou larga.

É bom ser apanhada desprevenida e acima de tudo, é bom ler livros de autores nacionais que temos vontade de recomendar a outras pessoas.

Por isso, leiam "Pelas ruas de uma cidade sem nome", que me deu vontade de escrever LISBOA em toda a parte e olhar com outros olhos para as mulheres que andam na vida/morte.»

Pelo exposto é possível compreender que o *marketing* do livro nunca se faz apenas por uma via. Embora nos dias de hoje muita da responsabilidade seja do próprio autor, as editoras não se afastam dessa função, sendo, à partida, quem melhor percebe como despertar a curiosidade dos leitores.

Contudo, nesta nova era tecnológica, os autores e as próprias editoras não têm outra saída senão marcar a sua presença nas redes sociais, onde conseguem alcançar rapidamente um número elevado de pessoas. Mais do que apenas os livros, os leitores apreciam hoje saber algo sobre quem os escreve: o que fazem no dia a dia, o que gostam de ler, se são simpáticos ou não. Nota-se, por exemplo, que é maior o número de “gostos” numa página própria do autor, onde é ele que publica os conteúdos e responde aos leitores, do que numa página oficial, onde alguém desconhecido dá informações sobre as obras do autor e os eventos em que participará.

Assim se percebe que o *marketing* do livro não é imutável, e tanto os autores como as editoras precisam de estar atentos e inovar constantemente.



### **3. Coedição: Guias de Viagem**

Durante o meu estágio na DEL-P, foi-me dada a oportunidade de trabalhar nos guias de viagem, que estão sob a alçada do coordenador editorial Orlando Almeida. Para alguém que adora viajar, como eu, mas que pouco conhece ainda do mundo, fazer parte do processo de edição dos guias de viagem foi uma das melhores experiências durante este estágio.

Na DEL-P são editadas duas coleções distintas de guias de viagem: os Porto Editora-DK (Dorling Kindersley) e os *CityPack*. Neste capítulo falarei um pouco sobre o processo de coedição e as suas especificidades, assim como sobre as duas coleções em separado, uma vez que o meu trabalho nas mesmas foi também diferente.

#### **3.1. Especificidades e dificuldades da coedição**

Os guias de viagem são livros técnicos, coloridos e com muitas imagens, o que implica desde logo que o custo da sua edição será bastante elevado. Por esse motivo existe a chamada coedição. «[The publishers] sold international co-editions to US and European publishing partners, enabling picture books and highly-illustrated non-fiction or information books to be published at low and affordable prices worldwide» (Clark e Phillips, 2014: 54).

Na coedição, uma editora vende não só os direitos do livro a outras editoras, permitindo que seja traduzido e publicado em outros países, como o contrato implica que o produto final seja igual. Isto permite à editora original reduzir os custos na sua própria edição, porque não vai mandar para a gráfica apenas a sua edição, mas todas as edições, em todas as línguas. Assim, trabalhar em coedição beneficia as várias editoras envolvidas, uma vez que também as editoras que se associam à detentora dos direitos conseguirão os livros a um preço mais reduzido.

O processo de edição em coedição é portanto um pouco diferente do habitual. Neste caso, a DEL-P recebe o texto original, as imagens, os mapas e o *layout* dos guias. O texto é traduzido do inglês, o que desde logo cria um problema: o texto, em português, ocupa sempre mais cerca de 15% do que o texto em inglês, mas o espaço que pode ocupar nos guias é exatamente o mesmo que o texto original ocupa.

Desta forma, a tradução para uma coedição obriga desde logo a uma maior atenção da parte do tradutor. Por um lado, é forçoso que não se traduza o texto *ipsis verbis* do inglês, o que iria criar um problema de compreensão ao leitor. Por outro, na adaptação do texto cabe ao tradutor, não deixando (quase) nada de fora, traduzir no mínimo de palavras possível, o que se afigura um trabalho deveras complicado.

O coordenador editorial recebe o texto traduzido num ficheiro Word, que verifica, e segue o mesmo para paginação. Na paginação, fazem-se as primeiras provas, onde o texto vem já posicionado nas caixas de texto do *layout*, com as imagens em baixa resolução nos locais corretos. Quando o texto não cabe nas caixas de texto, o paginador sinaliza a situação, aplicando, por vezes, uma barra vermelha no local onde o texto devia estar mas não coube, e colocando sempre o texto excedente numa caixa extra, nas margens das páginas. Nesta fase cabe ao tradutor, por vezes em conjunto com o coordenador editorial, tentar encaixar o texto excedente. Só em casos muito pontuais, quando o texto a cortar não justifique a demora de enviar novamente a prova ao tradutor, é o coordenador editorial quem o faz.

Esta foi uma das tarefas que executei, e é, a meu ver, a etapa mais difícil no processo de edição dos guias. Nesta situação, primeiro devemos ler o texto excedente, para confirmar se é ou não possível reescrevê-lo, dizendo o mesmo mas usando menos palavras. Depois de sabermos ao certo de quantas linhas precisamos para encaixar o texto, temos então de ler o texto já colocado na caixa de texto, para percebermos onde podemos cortar. Quando se trata de cortar texto, há que seguir uma determinada ordem:

1. Reformular o texto
2. Eliminar advérbios
3. Eliminar adjetivos

4. Cortar informação (esta hipótese é a que se usa em último recurso, quando já não há como cortar no meio do texto e manter o mesmo com sentido.)

Nesta fase, todas as letras contam. Uma vez o texto ocupa blocos grandes, e portanto temos uma maior margem de manobra para cortar e encaixar o excedente. Outras, o texto excedente já pertence a uma das caixas de texto mais pequenas do *layout*, e aí a tarefa torna-se um desafio.

Este é um processo de tentativa e erro, onde contamos as linhas e mesmo as letras, tentando perceber se vai tudo caber ou não. Ainda assim, algumas vezes, o primeiro corte não é suficiente e nas segundas provas ainda temos texto para encaixar.

Inicialmente, a cada dúvida, recorria ao coordenador editorial, mas depressa ele me deu a autonomia necessária para trabalhar sozinha, e passei a questioná-lo apenas nos casos mais complicados, quando não podia/ queria decidir que texto eliminar. É preciso considerar que o texto dos guias já é, à partida, um texto resumido, por isso cortar informação é uma tarefa que deve ser encarada com muita seriedade.

Nesta fase temos também de ter em atenção todo o restante conteúdo das páginas, para verificar se há texto que não esteja traduzido, especialmente nas caixas de informações ou legendas de imagens, que muitas vezes são esquecidas numa página ou noutra.

Os mapas têm também de ser trabalhados, porque é preciso traduzir os topónimos. Neste caso, há mapas que são trabalhados no Illustrator e outros no InDesign, o que significa que o trabalho é passado a colaboradores externos em determinadas situações. Há também mapas que não é possível traduzir, como os mapas das linhas de metro, por exemplo, que por vezes a editora original envia em ficheiro fechado.

Depois de todas as emendas estarem feitas, seguem-se os *ozalides*, provas num papel de menor qualidade que permitem verificar a imposição das quatro cores. Nestas provas o coordenador editorial procura também eventuais sobreposições de texto nas imagens e comprova se todas as dobras dos mapas, por exemplo, estão nos locais corretos do *layout*. É uma fase importante por ser a última prova antes da impressão *offset*.

Por fim, temos as provas de cor (*plotters*), com as imagens em alta resolução e o papel igual ao utilizado nos guias para se ter uma real noção de como ficará o trabalho final. Nesta fase usam-se as cores corretas, especialmente nos mapas e nas capas (quando são diferentes das originais, o que acontece nos guias *CityPack*, por vezes), para se garantir que tudo está conforme ao esperado. Sobre a coedição, dizem Clark e Phillips:

The alternative to a translation licence deal – which is used for many highly illustrated colour books and children’s picture books – is for the foreign language publishers to supply the digital files of their translations to fit around the four-colour illustrations. This type of licence is called a foreign language co-edition. Several language editions are then printed together by the original publisher or packager in order to gain economies of scale. The printing press usually has five cylinders carrying the printing plates. Four cylinders carry the plates which print the four-colour illustrations (made up of yellow, magenta, cyan and black), and the fifth cylinder carries the plate of the text printed in black outside the areas of the illustrations. The press operator changes the fifth plate for each language edition printing. (Clark e Phillips, 2014: 290-291)

Assim, a coedição é um processo meticuloso, onde tudo tem de ser verificado diversas vezes para se garantir que nada falhou antes de se enviar os ficheiros finais para impressão, uma vez que a mesma não é feita em Portugal, e portanto não há como corrigir.

A coedição dos guias de viagem, por obrigar a que o texto em português caiba onde vinha o texto em inglês, é por si só um desafio para o tradutor e o coordenador. É ainda importante ter todo o cuidado na revisão, seguindo sempre as mesmas diretrizes quanto à forma de tratamento dos nomes dos monumentos, das cidades, o que traduzir e o que não traduzir, para se garantir a maior facilidade e compreensão ao leitor / turista que utilizar o guia.

### 3.2. Guias de viagem DK: nova edição

Enquanto trabalhei nos guias, a maior parte do meu tempo foi dedicada ao guia Porto Editora-DK *Itália*, publicado em novembro.

Nas palavras da equipa de comunicação e *marketing* da Porto Editora<sup>38</sup>:

São os mais preciosos amigos dos turistas, porque mostram o que os outros só contam, são também os guias de viagem mais populares em todo o mundo e estão novamente disponíveis em Portugal, publicados pela Porto Editora, a partir de 6 de março. São os Guias de Viagem Porto Editora – Dorling Kindersley (DK).

Estas novas edições dos famosos guias da DK, nas versões Guias de Viagem e Guias de Viagem Top 10, foram totalmente revistas e atualizadas. Incluem itinerários, fotografias, ilustrações, imagens em 3D, muitas dicas e agora um mapa desdobrável. Ou seja: tudo aquilo de que o viajante ou turista precisa para uma viagem perfeita.

Estes guias, que na edição Guias de Viagem rondam as 440 páginas, não são apenas um guia de levar na mochila enquanto se viaja, mas também o guia de estudo da viagem. Nos Guias Porto Editora-DK conseguimos aprender sobre o país ou cidade que pretendemos visitar. Além de todas as dicas esperadas num guia, locais e monumentos a visitar, hotéis onde ficar e restaurantes onde comer, nesta coleção encontramos a história e a cultura do local.

O guia *Itália* tem 672 páginas e consegue despertar a atenção do leitor/ turista para determinados pormenores, histórias e pontos de referência que fogem ao esperado, tornando qualquer visita mais completa e enriquecedora.

Também por isso se torna tão aliciante o trabalho com guias de viagem, porque enquanto trabalhamos estamos a aprender.

The DK Eyewitness guides are a brand with very different characteristics. The design – which was ground-breaking when the guides were launched over 20 years ago

---

<sup>38</sup> S/N (2015), «Porto Editora relança os guias de viagem mais populares do mundo», *Porto Editora*, 04.03.

– functions as the brand. It is a global brand which has made the guides desirable and collectable, as well as usable. (Clark e Phillips, 2014: 229)

A Porto Editora, seguindo o exemplo da Dorling Kindersley<sup>39</sup>, criou um *website* dedicado à coleção<sup>40</sup>. Assim, estes guias têm o seu lugar não só nas livrarias, onde são imediatamente reconhecidos, como também na vertente digital garantem uma montra só sua, que permite aos viajantes descobrir rapidamente quais os guias já publicados em Portugal, sendo depois redirecionados para a WOOK se pretenderem comprar imediatamente.



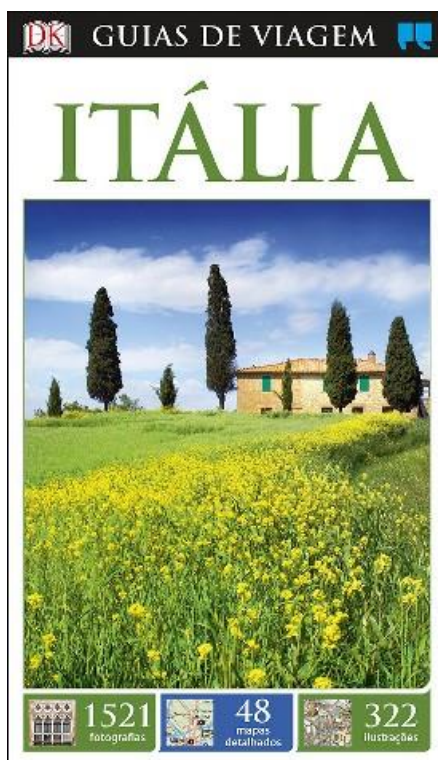
**Fig. 37** Página inicial do *website* dos Guias Porto Editora-DK (1)

<sup>39</sup> <http://www.traveldk.com/>

<sup>40</sup> <http://guiasdeviagem.portoeditora.pt/>



**Fig. 38** Página inicial do *website* dos Guias Porto Editora-DK (2)



**Fig. 39** Capa do guia de viagem Porto Editora-DK *Itália*

### As Portas Orientais do Battistero

As famosas portas de bronze do Battistero foram encomendadas a Lorenzo Ghiberti em 1401 para celebrar o facto de a cidade ter sobrevivido à peste. Ghiberti foi escolhido para fazer um conjunto de novas portas após um concurso que envolveu sete artistas de topo, incluindo Donatello, Jacopo della Quercia e Brunelleschi. Os painéis de Ghiberti e Brunelleschi são tipicamente florentinos da época – nomeadamente no seu uso à perspectiva e individualidade das figuras – que muitas vezes são encaradas como as primeiras obras do Renascimento.

**Porta da Paixão**  
Depois de passar 21 anos a trabalhar na Porta da Paixão, Ghiberti foi incumbido das Portas Orientais (1424-29). Michelangelo, entusiasta, chamava-lhe "Porta da Paixão". Os dois painéis em relevo original com cenas da história estão agora em exibição no Museu dell'Opera del Duomo (av. 28), em substituição de cópias.



**Abreção e o Sacrificio de Isaac**  
As cenas entalhadas e modeladas que simbolizam dor e êxtase estão subtilmente despiadas de modo a realçar o ato sacrificial.




**João Batista com o Camaleão**  
Ghiberti, apesar de sempre ter tido um olhar crítico para os seus contemporâneos em relação às suas obras, aqui dá as figuras de modo a criar a ilusão de profundidade.

**Legenda das portas orientais**

1	Abre e oivo sacrifício de Isaac
2	Camaleão e o seu filho, Abel
3	A Fontaneta de Noé e o seu sacrifício
4	Abreção e o sacrifício de Isaac
5	João Batista
6	João Batista com o camaleão
7	Marta e Maria de Oração
8	A Queda de Israel
9	A Batalha com os Filisteus
10	Salmos e a Igreja de Sábão

Para mais informações consulte-se as pp. 342-77 e pp. 349-460

### Orsanmichele

Ma dell'arte della loro scultura e di quella di un altro artista italiano, il quale fu chiamato a farle, e fu il nome di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato.

**Bargello**

Ma dell'arte della loro scultura e di quella di un altro artista italiano, il quale fu chiamato a farle, e fu il nome di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato.

**David (1401)**

Ma dell'arte della loro scultura e di quella di un altro artista italiano, il quale fu chiamato a farle, e fu il nome di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato.

**David e Goliath**

Ma dell'arte della loro scultura e di quella di un altro artista italiano, il quale fu chiamato a farle, e fu il nome di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato.

**David e Goliath**

Ma dell'arte della loro scultura e di quella di un altro artista italiano, il quale fu chiamato a farle, e fu il nome di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato. A sua uscita fu rimesso in un convento nuovo, il quale fu la chiesa di San Michele, padre monastico fu molto disprezzato.

Fig. 40 Dupla página do guia de viagem Porto Editora-DK Itália: P1

Como se pode observar, nesta dupla página tínhamos nove linhas de texto excedente. O facto de aparecerem três caixas significa que o texto terá de ser editado em três zonas diferentes para que se encaixe o excedente. Assim, para exemplificar, as três linhas de texto da caixa na margem esquerda pertencem ao bloco de texto inicial dessa página, as duas pequenas colunas por cima da imagem principal das portas, com a imagem de um dos painéis entre elas. Este exemplo permite sem dúvida compreender a dificuldade que representa encaixar mais três linhas numa caixa de texto tão pequena e já lotada, uma vez que não se pode acrescentar nem mais uma letra sem cortar alguma coisa primeiro.



### San Lorenzo

San Lorenzo foi a igreja paroquial da família Medici e em 1418 foi encomendada a Brunelleschi a reconstrução da mesma em estilo clássico renascentista. Quase a um século depois, Michelangelo apresentou alguns projetos para a fachada e começou a trabalhar nos túmulos dos Medici na Sagraria Nuova (Sagraria Nova). Também projetou uma biblioteca, para a loja e coleção de manuscritos da família. O túmulo mais antigo da família, a Cappella del Principi, foi iniciado em 1604.

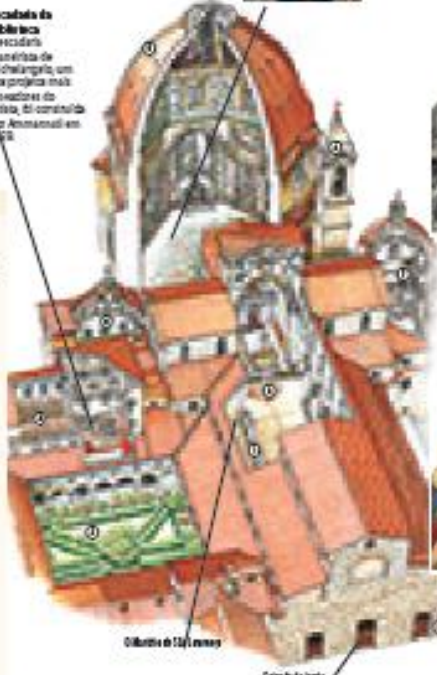
**Cappella del Principi**  
O mausoléu Medici, obra do filsofo, foi iniciado em 1604 por Marco Ricci e faz parte da Cappella Medicea.



**Circuito da Biblioteca**  
Assim como a maioria de Michelangelo, um dos projetos mais inovadores do século, foi construído por Ammannati em 1623.

#### LEGENDA

- 1) São Mateus e São Antônio, túmulos separados por uma parede, mas ligados como um só, de acordo com a tradição, um dos túmulos pertence ao filho de São Mateus.
- 2) O jardim das herbas tem um túmulo de São Mateus.
- 3) A biblioteca desce para a sacristia e o túmulo de São Mateus, onde se encontra o túmulo de São Mateus.
- 4) A sacristia foi projetada por Ammannati e decorada por Giovanni.
- 5) A sacristia e o túmulo de São Mateus são os túmulos de São Mateus.
- 6) O túmulo de São Mateus.
- 7) O túmulo de São Mateus.
- 8) O túmulo de São Mateus.
- 9) O túmulo de São Mateus.
- 10) O túmulo de São Mateus.



#### INFORMAÇÕES

**Informação útil**  
Para conhecer o mapa e o plano, consulte o site do **Aberto** (aberto.com.br) ou também o site do **Aberto** (aberto.com.br) ou também o site do **Aberto** (aberto.com.br).



**Pilgrino de Deserto**  
O Pilgrino de Deserto, obra de Donatello, foi concluído em 1460 pela sua discípulo, o mestre capim a do escultor da Pádua de Cito e a igreja da Resurreição.



**Mariano de São Lorenzo**  
O Mariano de São Lorenzo, obra de Donatello, foi concluído em 1460 pela sua discípulo, o mestre capim a do escultor da Pádua de Cito e a igreja da Resurreição.



**Sagraria Nuova**  
A Sagraria Nuova, obra de Michelangelo, foi iniciada em 1520 e concluída em 1534.

**Cappella Medicea**  
A Cappella Medicea, obra de Michelangelo, foi iniciada em 1520 e concluída em 1534.

**Mercato Centrale**  
O Mercato Centrale, obra de Giuseppe Mengoni, foi construído em 1914.

A Cappella Medicea é um dos túmulos mais importantes da família Medici. Foi projetada por Michelangelo e concluída em 1534. O túmulo de São Mateus é um dos túmulos mais importantes da família Medici. Foi projetado por Ammannati e concluído em 1623.



ambição) sempre mais. Separados ao longo das paredes estão os túmulos dos seis filhos do Duque Medici. Um dos túmulos é o **Sagraria Nuova** de Michelangelo, projetado como contra-ponto à Sagraria Velha de Brunelleschi, em San Lorenzo. Ao longo das paredes, há três grupos de túmulos, todos esculpidos por Michelangelo entre 1520 e 1534, a que está perto da parede é o túmulo do Duque de Urbino (parte de Lorenzo, o Magnífico). Em frente está o túmulo do Duque de Nemours (o mais rico de Lorenzo), Pedro da Nossa Senhora e Matheo (1523).

**Mercato Centrale**  
O Mercado Centrale, obra de Giuseppe Mengoni, foi construído em 1914.

No coração do mercado de rua de San Lorenzo fica o antigo Mercato Centrale, o mais procurado de Florença para produtos alimentares. Situa-se no antigo túmulo de São Mateus, em frente a São Mateus. Também há comida takeaway, como pancheo (tudo assado), tempuró (tudo frito) e pizza (pizza). Pratos leves e frescos podem ser encontrados no piso de cima, próximo ao espaço de exposição de arte e história.

Na sacristia fica o túmulo simples de Lorenzo, o Magnífico e do seu irmão assassinado, Giuliano (construído em 1478).

grande e alta chafiz de bebição feita de pedra.

CENTRAL\_ITALY\_Parte\_001\_Itália\_Abrigo  
 Roma, Itália  
 1000000000  
 1000000000  
 1000000000

08/10/2014

Fig. 41 Dupla página do guia de viagem Porto Editora-DK Itália: P1

Já no exemplo da Fig. 41, as quatro linhas da primeira caixa na margem direita pertencem ao bloco de texto de “Cappelle Medicee”, ficando portanto acima do título “Mercato Centrale”. Também nesta dupla página se consegue verificar que uma das barras de legenda se sobrepõe ao texto, indicação de que será preciso cortar texto nessa legenda.

Assim se compreende o desafio que estes guias nos apresentam. Tendo uma mancha de texto muito mais extensa do que os CityPack, os Guias de Viagem da linha Porto Editora-DK são orientados para um público diferente, que espera aprender sobre a cultura do país ou cidade a que respeita o guia quando o adquire. Desta forma, editar informação para que tudo caiba nas caixas de texto é um risco acrescido, que obriga a uma ponderação exaustiva, para que só o mínimo seja cortado.

### 3.3. Guias de viagem *CityPack*: atualização para novas edições

Os guias de viagem *CityPack* fazem parte do catálogo da DEL-P desde 2012, quando foram publicados os seis primeiros, estando hoje 17 já disponíveis. Diferentes dos Guias de Viagem Porto Editora-DK, têm um tamanho mais reduzido e adequado para se levar em viagem e usar enquanto se visita a cidade. Na definição da equipa de comunicação e *marketing* da Porto Editora<sup>41</sup>:

Em formato de bolso e integralmente a cores, estes livros repletos de fotografias elencam as vinte e cinco principais atrações de cada cidade, fazem propostas de passeios e indicam os melhores lugares para fazer compras, comer, divertir-se e dormir (para várias carteiras). Incluem, ainda, uma enorme mais-valia face a outros guias existentes no mercado: um mapa de bolso desdobrável e muito resistente.

Trabalhei em três destes guias: *Bruxelas e Bruges*, *Madrid* e *Nova Iorque*.



Fig. 42 Capas atuais dos *CityPack* em que trabalhei

<sup>41</sup> S/N (2012), «Guias de viagem *CityPack*», Porto Editora, 17.07.

No *CityPack Bruxelas e Bruges* o meu trabalho foi semelhante ao que fiz no Guia Porto Editora-DK *Itália*, mas nos *CityPack Madrid e Nova Iorque* não. Estes últimos foram apenas atualizados este ano, e portanto o processo de trabalho foi um pouco diferente.

Da editora britânica enviam os ficheiros com todas as atualizações a efetuar aos guias e é com base nesse material que trabalhamos. Não se trata de fazer uma edição nova em português, com tradução completa do guia, mas de atualizar a versão existente, seguindo as atualizações da edição britânica. Um dos ficheiros identifica quais as páginas de cor que tiveram alterações, indicando as alterações efetuadas; o outro ficheiro é um PDF do guia, onde as alterações estão sinalizadas com outra cor e ao passar o cursor na alteração, surge uma caixa de texto com a versão atualizada.

A minha tarefa foi então sinalizar nas provas tudo o que foi alterado, mas, mais do que isso, verificar cada uma das alterações, avaliando se era pertinente mudar na versão portuguesa ou não, porque muitas vezes as alterações sinalizadas consistem apenas na mudança ou na introdução de uma palavra num bloco de texto, podendo esse termo já existir na tradução portuguesa, ou não acrescentar nada de relevante, pelo que não se aplica.

Nestas atualizações dos guias foi também necessário que fizesse uma pequena parte de tradução, o que muito me agradou. Mesmo tendo traduzido poucas páginas, foi o suficiente para perceber como é difícil dizer tudo o que está em inglês no mínimo de palavras possível em português. Além disso, nessa primeira fase, traduzi sem a certeza de que tudo caberia nas caixas de texto e efetivamente foi necessário fazer cortes depois.

Antes de começar a tradução, foi preciso que me familiarizasse com as regras da mesma, para não existir nenhuma discrepância com a restante tradução. Assim, a norma nos guias é traduzir a toponímia mas manter os nomes dos monumentos na língua original, sempre que a mesma facilite a leitura e a identificação do leitor/ turista. Desta forma, em cidades como *Madrid e Nova Iorque* os nomes dos monumentos ficam na língua original, porque é assim que estão sinalizados e torna-se mais fácil ao utilizador do guia encontrá-los assim, mesmo que já sejam conhecidos em Portugal pela tradução. No guia de *Istambul*, por exemplo, optou-se por deixar os nomes dos monumentos não apenas na língua

original, que pouca gente entende em Portugal, mas também em inglês, tal como são identificados na própria cidade, para ajudar os visitantes. Além disso, ao traduzir na secção de restaurantes, percebi como cada área de tradução carece de competências especializadas. Se foi complicado traduzir os nomes de alguns pratos, posso imaginar quão difícil será traduzir um livro inteiro de culinária.

Ao traduzir as partes novas dos guias confirmei algumas informações de preços e horários de visita online, e verifiquei que os mesmos já tinham sido alterados depois de a edição original atualizada ter sido publicada. Decidi então voltar ao início do guia e verificar todos os horários e informações dos monumentos a visitar, sendo portanto necessário alterar muito mais nos dois guias do que estava previsto inicialmente, mas garantindo desta forma que a informação que chega aos leitores/ turistas portugueses é a mais fiável possível.

Uma vez mais, este é um trabalho metuculoso, que exige redobrada atenção em todos os passos. É também preciso verificar todo o texto sobre cor, uma vez que é mais fácil que algo nos escape nessas zonas do guia.

De seguida é possível ver uma das alterações entre uma edição de 2014 e uma atual, de 2015: as estrelas nas margens, a meio do título da secção do guia, desapareceram. Isto aconteceu em todas as páginas e só quase no fim de trabalhar um dos guias é que me apercebi disto, não porque estivesse distraída, mas porque estava tão concentrada no texto que não olhei bem para tudo o que estava a cor, quando na verdade, sob fundo de cor, tinha texto a verificar também.

## Freud Museum

TOP 25

Interior do apartamento de Freud (esq.); janela decorativa (meia); alguns bens pessoais de Freud (dir.).

Arcada (à esquerda) em frente ao Liechtenstein Museum (à direita).

TOP 25

## Liechtenstein Museum



### INFORMAÇÃO

www.freud-museum.at  
E2  
Berggasse 19  
319 15 96  
Jul–set diariamente  
9h–18h; out–jun 9h–17h  
U2 para Schottentor  
Bélico D para Schlickgasse  
Nenhumas  
Moderado

### DESTAQUES

- Chapeu e bengala de Freud pendurados na entrada
- Biblioteca
- Centro de Pesquisa
- Antiquidades de Freud – tinha mais de 3000

Algumas das ideias mais influentes do século XX vieram do inquilino do N.º 5, Berggasse 19, e é interessante ver o local onde iniciou o seu trabalho.

**Sigmund Freud** Reconhecido como fundador da psicanálise moderna, Freud (1856–1939) era, todavia, um vienense típico, que jogava tarock (popular jogo de cartas), frequentava o Café Landtmann (D> 62) e passeava todos os dias a pé pela Ringstrasse. A maioria dos seus bens está em Londres, para onde fugiu da perseguição nazí em 1938 (um ano antes de morrer). No entanto, a filha mais nova, Anna, doou alguns dos seus bens para aqui serem exibidos e a sala de espera e o átrio têm o aspeto da época em que viveu e trabalhou no apartamento.

**Teorias** A teoria mais controversa de Freud foi a de que os impulsos sexuais infantis estavam na raiz das neuroses em adulto. Adler e Jung – os outros psicanalistas pioneiros – afastaram-se dele por causa disso. Contudo, muitos conceitos populares atuais começaram com Freud – por exemplo, a divisão da personalidade em *id* e *ego* e as ideias de sublimação e do complexo de Édipo. Embora muitos académicos ainda aceitem os dogmas de Freud como axiomas, os críticos creem que manipulou as provas. O escritor vienense Karl Kraus, contemporâneo de Freud, destacou: “A psicanálise é a doença que se considerava uma cura.”

Este palácio magnificamente renovado exhibe a maior parte do património artístico da célebre família Liechtenstein, governantes do principado homónimo.

Os Liechtensteins É uma das mais antigas famílias nobres da Europa e a primeira menção aos Liechtensteins surgiu em 1136. O nome vem do Castelo de Liechtenstein, perto de Viena. Elevados a príncipes em 1608, em 1719 adquiriram o seu próprio estado soberano.

**Palácio Jardim** Quando Hitler invadiu a Áustria em 1938, o Príncipe do Liechtenstein retirou-se para o seu minúsculo estado, levando a famosa coleção de arte. Em 2004, parte dessa coleção foi devolvida ao Palácio Jardim (palácio de verão) da família, em Viena. Foi criada uma galeria de excelência para tornar a visita o mais agradável e informal possível, para que os quadros sejam apreciados tal como o teriam feito os Liechtensteins.

**A coleção** Não tentaram encher as divisões de arte e o objetivo foi claramente potenciar o prazer do visitante; há um guia áudio muito útil. Tal como anuncia a publicidade ao museu, pretende ser “um mundo de prazeres barrocos”. Assim como obras de arte desde o gótico ao fim de século, contém o Armário Badminton, originalmente concebido em 1732 por artesãos florentinos para um antepassado do Duque de Beaufort.

### INFORMAÇÃO

www.liechtenstein-museum.at  
E1  
Fürstengasse 1  
319 57 67-252  
Sex–ter 10h–17h ou por marcação; jardins 7h 15–20h30  
Restaurante Rubens no pátio  
U4 para Rossauer Lände  
Autocarro 40h; elétrico D para Bauernfeldplatz  
Boas  
Moderado; bons desantos, especialmente famílias  
Entrada ao dom apenas com bilhetes de concerto combinados; concertos às 11h e 15h

### DESTAQUES

- Armário Badminton, comprado em Itália em 2004 por um recorde de 227 milhões €
- Inúmeros quadros de Rubens
- Jardim barroco reconstruído a partir de gravuras antigas

TOP 25



PERTO DE ALSERGRUND

68

PERTO DE ALSERGRUND



TOP 25

69

Fig. 43 Página dupla CityPack Viena (2014)

## Palacio Real

TOP 25

A fachada do Palacio Real (esquerda); estátuas a ladear o acesso (meia); guardas no exterior do palácio (direita); render da guarda (em baixo, esquerda); exterior do Palacio Real (em baixo, meio); um guarda a participar no cerimónio do render da guarda (em baixo, direita)



### DESTAQUES

- Imponente escadaria
- Sala de Porcelana
- Salão de Alabarderos
- Salão de Columnas
- Sala de Gasparini
- Salão de Carlos III
- Coleção de relógios
- Capela de Giambattista Sacchetti e Ventura Rodríguez
- Museu da Música
- Jardins de Sabatini

A dimensão do palácio é impressionante e a pompa irresistível. A história de que as sentinelas que guardavam a traseira do edifício congelavam de morte no inverno rigoroso contribui para a frieza que este edifício incute.

À medida O Palácio Real foi iniciado no reinado de Filipe V, em 1737, depois de a antiga fortaleza muçulmana ter sido destruída pelo fogo em 1734. O desenho original de Filippo Juvanna previa fachadas de 475 m cada – ou, três vezes maiores do que o palácio é agora –, mas não havia espaço, nem dinheiro para isso. Foi terminado em 1764, com projetos de Sacchetti. Visto da rua, é um edifício palaciano da altura, com pilastras jónicas a emoldurar as janelas da sala de receções. A família real não vive aqui, embora utilize o palácio ocasionalmente para visitas de estado, durante

as quais o jantar é servido na sala de jantar de gala. A entrada fica no lado sul, do outro lado da Plaza de la Armería, a qual é flanqueada pela Sala de Armas Real que alberga a espada de El Cid e a armadura ornada de Carlos V e Felipe III.

**Interior e jardins** Existem mais de 3000 salas e a maioria nunca é usada. Um teto de Conrado Giaquinto realça a imponente escadaria. O teto de estuque da Sala de Gasparini é notável, enquanto o teto da Sala de Porcelana, construído para Carlos III, tem uma requintada exposição de placas de porcelana brancas, douradas e verdes. A norte do palácio encontram-se os Jardins de Sabatini, donde se consegue a melhor vista do palácio. Na parte de trás do edifício situa-se o Campo del Moro. A única forma de ver o palácio é seguindo um itinerário fixo, que abrange as salas mais impressionantes.

### INFORMAÇÃO

www.patrimoniomonal.es  
E7  
Calle Bailén  
91 454 88 00  
Abre–set diário 10h–20h; out–mar diário 10h–18h. Encerrado durante eventos públicos  
Ópera  
3, 25, 39, 148  
Muito boas  
Cano. Grátis para menores de 5

PALACIO E O OESTE TOP 25

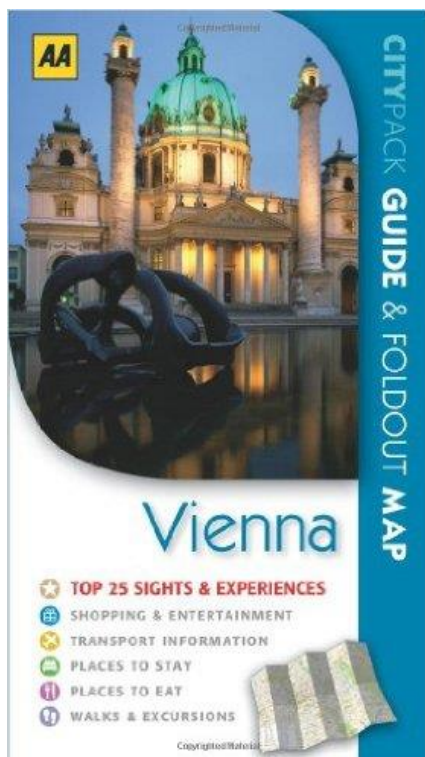
32

PALACIO E O OESTE TOP 25

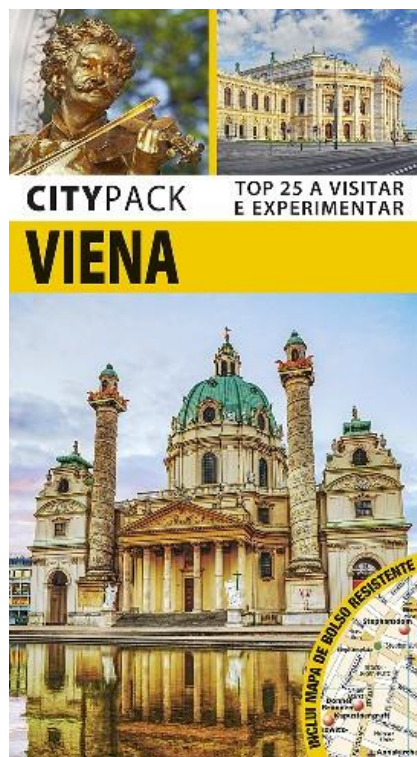
33

Fig. 44 Página dupla CityPack Madrid (2015)

Por fim, resta dizer que as capas dos *CityPack* são diferentes em Portugal, a amarelo em vez de branco e azul como as originais, e as imagens são também mudadas, tornando as nossas capas mais apelativas e bonitas.



**Fig. 45** Capa da edição original, *CityPack Vienna*



**Fig. 46** Capa da edição portuguesa, *CityPack Viena*

## **4. Outras atividades para edições em suporte de papel**

Ao longo do estágio realizei várias tarefas para os coordenadores da DEL-P, fora do âmbito digital da Coolbooks. Falarei neste capítulo, terminando assim este relatório, de algumas tarefas que efetuei para edições em suporte de papel.

### **4.1. OCR – Optical Character Recognition**

Quando um autor passa a publicar numa nova editora, o mais natural é que, eventualmente, as suas obras anteriormente publicadas sejam reeditadas. É nesses momentos que a técnica do OCR pode ser necessária, caso o autor não consiga entregar o texto da obra em formato digital editável à nova editora, acabando então por se digitalizar todas as páginas, convertendo-as em códigos editáveis em computador.

Ainda assim, este é um processo com falhas, e é preciso que alguém “limpe” depois o ficheiro, com base no texto original. Essa foi uma tarefa que me coube fazer, em sete obras diferentes (três obras de Valter Hugo Mãe e quatro obras de literatura estrangeira, traduzidas de espanhol para português).

As obras de Valter Hugo Mãe não passaram por mim na fase inicial após o OCR, por isso recebi o documento já mais “limpo”. Neste caso, o que fiz foi ler o texto em WORD, comparando-o frase a frase com o texto original, corrigindo tudo o que o OCR tivesse assumido de forma errada. Para dar alguns exemplos, na maioria das vezes a palavra “uma” passava a “urna”; num dos livros “Laura” estava como “laura”; e acontecia desaparecerem algumas maiúsculas, ou existirem partes do texto, parágrafos ou palavras fora de sítio ou mesmo ausentes. Tudo isto tem de ser notado, e mesmo que se encontre um destes erros e se corrija em todo o documento de uma vez, não há como evitar a leitura integral da obra, ponto a ponto, para que nada falhe. Por isso trabalhar com OCR é também uma espécie de revisão forçada, se considerarmos que estamos, evidentemente, a ler a obra integral e a



procurar com redobrada atenção qualquer gralha existente, que podia até já existir na edição anterior, sendo então corrigida para a nova.

Nas obras traduzidas de espanhol para português, a situação foi um pouco diferente. Os OCR vieram diretamente para mim, o que significa que foi necessário primeiro “limpar” o documento WORD, antes de começar a fazer a verificação frase a frase. É preciso portanto uniformizar o documento, criar os parágrafos corretos conforme a obra original, retirar estilismos usados anteriormente, como as capitulares, por exemplo, e todas as marcas mais óbvias da conversão (*e.g.* corrigir todos os “O” que passaram a marcas de listas), uniformizar o tipo de letra, o tamanho, etc..

Assim que estes problemas estejam resolvidos, ficando o texto o mais correto possível, podemos começar a verificação propriamente dita, para resolver incorreções como as que referi no caso das obras de Valter Hugo Mãe.

Comentei na altura com a diretora editorial, Dra. Cláudia Gomes, o estado em que os ficheiros estavam inicialmente, e como era preciso perder algum tempo a “limpar” e uniformizar o ficheiro antes de começar a verificação do texto. Falei assumindo que o processo era assim e não havia como mudar, mas a Dra. Cláudia afirmou que nunca devemos considerar que não se pode melhorar algo sem primeiro o tentarmos fazer.

Desta forma, falou-se com a pessoa que, no departamento de pré-impressão, tratava dos OCR, explicando as maiores falhas, de forma a verem se podiam melhorar. Efetivamente, conseguiram. No OCR seguinte, muitas das marcas de lista formadas pelos “O” já tinham sido corrigidas, assim como quase todo o texto uniformizado no que à formatação diz respeito. Através de novas instruções no programa, o nível de erro na conversão foi menor, facilitando o trabalho de quem ficasse responsável pelo OCR; neste caso, facilitando o meu trabalho.

Percebi uma vez mais a abertura da DEL-P às minhas ideias e mesmo às minhas interrogações, permitindo que rapidamente se melhorasse um processo que foi bastante utilizado enquanto lá estagiei, e continuará a sê-lo, certamente, no futuro.

Trabalhar com OCR foi também um prazer porque me permitiu ler integralmente obras de autores conceituados enquanto fazia o meu trabalho da melhor forma possível.

## 4.2. Revisão de tradução: de inglês e de espanhol para português

Durante o estágio foi-me dada a oportunidade de fazer revisão de tradução, de inglês para português (antes ainda de ter traduzido parte dos guias, como mencionado no capítulo anterior) e de espanhol para português. Ora, a revisão de tradução difere da revisão de originais em português porque é preciso não apenas atender à correção do texto na nossa língua, mas também à transposição do original para português.

A revisão de tradução em edições técnicas (trabalho que tenho efetuado, enquanto colaboradora externa da Porto Editora) é mais simples, uma vez que na tradução técnica é mais fácil adaptar a informação a outra língua, embora o grau de dificuldade varie consoante o tema em questão.

Mas na edição literária, de ficção, onde se inserem todos os livros aos quais acabei por fazer revisão de tradução enquanto estagiária na DEL-P, o desafio é diferente, uma vez que é necessário adaptar a voz do autor, o estilo de escrita, e todas as particularidades da história à língua portuguesa.

A revisão de tradução de inglês para português foi inesperada, uma vez que o que me foi pedido inicialmente foi que fizesse apenas uma verificação da aplicação do Novo Acordo Ortográfico, numa obra para reimpressão. Esta foi também a primeira obra que revi já em cadernos, em suporte de papel, e não no formato digital. Isso obrigou-me a recordar os sinais aprendidos nas aulas de Revisão de Texto do Mestrado, porque é através destes que comunicamos com o paginador. Se escolher o sinal errado, ou não o fizer de forma perceptível, nas provas seguintes depararei com o mesmo problema ou um problema ainda maior.

O coordenador editorial Orlando Almeida forneceu-me depois a lista de sinais utilizados na Porto Editora, adaptada da Norma Portuguesa NP 61 de 1987<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> [http://www.uc.pt/imprensa\\_uc/Autores/mapa\\_correcoes.pdf](http://www.uc.pt/imprensa_uc/Autores/mapa_correcoes.pdf)

## SINAIS DE CORRECÇÃO DE ORIGINALS E PROVAS

(Adaptado da norma NP 61 de 1987)

1. Falta de letras	Ex.: f <del>o</del> ma	/or
2. Falta de palavras	Ex.: for/extensa	/ muito
3. Substituição de letras	Ex.: Substit <del>o</del> ir	/ u
4. Substituição de palavras	Ex.: <del>beira</del> /	/ margem
5. Supressão de letras	Ex.: a/ casa	/ 9 (ou 5)
6. Supressão de palavras	Ex.: as duas/ <del>duas</del> /	/ 9 (ou 5)
7. Separação de letras	Ex.: a/ll/ll	/// #
8. Separação de palavras	Ex.: não/sejas	/ #
9. União de letras	Ex.: a/lo	/ √
10. União de palavras	Ex.: sub/título	/ √
11. Aumento de entrelinhamento	Ex.: não sejas ↳ distraída	↳ ou — #
12. Diminuição de entrelinhamento	Ex.: porque ← todos	← ou — √
13. Abertura de parágrafo	Ex.: Países. ] Com a	┌
14. Eliminação de parágrafo	Ex.: feito af. ↳ Mas	↳
15. Anulação de emenda	Ex.: tinha <del>feito</del>	(vale)
16. Letras ou palavras trocadas	Ex.: Se <del>f</del> ores <del>n</del> ão a Lisboa	┌
17. Maiúscula	Ex.: <del>t</del> eresa	(M)
18. Minúscula	Ex.: <del>I</del> nglês	(m)
19. Compor a bold	Ex.: Eu <del>(fui)</del>	(b)
20. Compor em itálico	Ex.: os <del>(Lusíadas)</del>	(i)
21. Recolher texto	Ex.: Já aqui não ↳ mora quem falou. ↳ E, então...	↳

Porto Editora

Fig. 47 Lista de sinais para correção utilizados na Porto Editora

Fazendo uma breve observação, aproveito para falar sobre a verificação de aplicação do Novo Acordo Ortográfico nas reimpressões. A Porto Editora adotou o novo AO, pelo que todas as reimpressões precisam de ser passadas no conversor ortográfico. As palavras convertidas ficam sombreadas na página e é preciso que alguém verifique se uma palavra convertida se apresenta igual em todo o texto, uma vez que basta a palavra aparecer hifenizada, por exemplo, para o corretor já não a identificar. Assim, quando me

era pedido que fizesse verificação da aplicação do AO, forneciam-me as provas em cadernos e um ficheiro PDF, onde pesquisava todas as palavras convertidas, de mais do que uma forma, para garantir que encontrava a palavra em todas as circunstâncias. Por exemplo, se a palavra corrector fosse convertida no texto para corretor, eu teria de procurar “corretor”, “corrector”, “corr”, “ctor” e “etor”, para garantir que a palavra tinha sido convertida mesmo que aparecesse hifenizada. Acontece frequentemente, dando outro exemplo, converterem fim-de-semana para fim de semana, mas depois há casos em que temos “fim de-semana” porque “semana” ficou numa linha diferente. Nestas verificações, acabo não só por fazer a pesquisa de todas as palavras convertidas como leio também todo o texto, para corrigir qualquer gralha que encontre e garantir que não ficou nenhuma palavra por converter que devesse ter sido convertida.

Voltando à revisão de tradução, nessa obra traduzida de inglês para português, à medida que ia lendo para procurar gralhas e outras palavras a converter, reparei que ao converterem o ficheiro alguma coisa aconteceu, e a grande maioria dos parágrafos tinha desaparecido. Além disso, fui encontrando algumas falhas na uniformização do texto (situações iguais em maiúscula e minúscula, alguns artigos em falta, quebras de página e diálogo nos locais errados, alguma pontuação incorreta...), e por essa razão acabei por pedir o original em inglês à coordenadora editorial da obra, para confrontar sempre que alguma dúvida surgia.

O Eng.º Vasco Teixeira disse numa entrevista<sup>43</sup>:

Há um ponto que a todos [os editores literários] tem de ser comum e que não se encontra com frequência: muita exigência e rigor no trabalho por muito que implique tempo e dinheiro. O cuidado que colocamos nas traduções de ficção estrangeira é exaustivo. E isso custa muito tempo e dinheiro.

Assim, mesmo nas reimpressões há sempre tempo para corrigir o que não estiver tão bem. Também por isso na DEL-P apontam num ficheiro todas as gralhas que os leitores encontram e comunicam, e sempre que se faz uma reimpressão os coordenadores

---

<sup>43</sup> TELES, Alexandra Tavares (2013), «Em políticos de qualidade talvez sejamos pobres, mas em cultura não», *Diário de Notícias*, 16.06.

editoriais consultam o ficheiro para verificar se há algo a mudar antes de mandar reimprimir.

Sem dúvida que as traduções são levadas muito a sério, como pude verificar depois na revisão de tradução de cinco livros traduzidos de espanhol para português.

O espanhol não é uma língua com a qual esteja tão familiarizada, por isso recorria frequentemente ao dicionário da Real Academia Española<sup>44</sup>, para conseguir confirmar significados e verificar se a tradução tinha sido a correta ou não. Não obstante, nas dúvidas maiores, confirmava com o coordenador editorial Vitor Gonçalves as mudanças a efetuar. Um destes livros, em especial, apresentou vários problemas, incluindo até omissões de texto na tradução, pelo que esses cinco livros acabaram por ser enviados para uma colaboradora externa, que fez uma segunda revisão, sendo depois eu a verificar as emendas da colaboradora e a uniformizar o texto final para entregar ao coordenador editorial.

Nesta tarefa pude perceber como é fácil não notarmos à primeira que falta alguma coisa no texto, uma vez que este se pode apresentar coerente mesmo com algum parágrafo em falta. Foram obras mais trabalhosas e dispendiosas do que seria suposto, mas foi também um trabalho recompensador, porque terminamos com a certeza de que está melhor do que antes, e de que chegará na melhor versão possível aos leitores.

---

<sup>44</sup> <http://www.rae.es/>

### 4.3. Índices onomásticos

Durante o estágio tive ainda a oportunidade de trabalhar em dois índices onomásticos (índices de nomes), dos livros *1808* e *1889* de Laurentino Gomes, a pedido da coordenadora editorial Paula Ventura.

Os índices já estavam elaborados, pelo que a minha tarefa seria, pensei eu inicialmente, bastante fácil e rápida. Na verdade, o facto de alguém ter compilado os nomes antes foi apenas uma pequena ajuda, porque é igualmente difícil é encontrar todas as páginas onde os nomes são referidos. Estamos a falar de livros históricos, onde as pessoas são referidas de diferentes maneiras. Isso obrigou, tal como acontece na verificação da aplicação do AO, a que pesquisasse cada nome de formas diferentes e repetidamente, para ter a certeza de que não me enganava. Por vezes as pessoas eram referidas pelo título nobiliárquico ou alcunha, outras pelo apelido, umas vezes por dois apelidos, etc..

Ainda assim, surgiram algumas situações em que existia discrepância entre o nome no índice onomástico e o nome no livro, o que me forçou a pesquisar apenas por parte do nome, para verificar se o nome selecionado era referente ao que procurava ou não. Mais ainda do que hoje, naquela época em que os nomes passavam dos pais para os filhos, a quantidade de pessoas com o mesmo primeiro nome e muitas vezes com os mesmos apelidos é enorme. Desta forma, foi por vezes preciso decidir que nome manter (o do texto ou o do índice onomástico), uniformizando o texto nessas alturas.

Para se ter uma noção, certas pessoas eram referidas mais de 100 vezes no livro, outras 88 vezes, 56, 34, algumas apenas duas vezes ou uma vez só.

Esta tarefa, que se podia revelar mais aborrecida, como os meus colegas consideram, tornou-se para mim apelativa a partir do momento em que fui forçada a ler algumas das passagens do texto para perceber a quem se referiam. Sempre curiosa com a história de Portugal (e do Brasil também), ler excertos destes livros tornou esta atividade interessante.

## Considerações finais

Antes de iniciar o estágio na DEL-P, pensava que a minha vida tinha mudado no momento em que decidi frequentar o Mestrado em Estudos Editoriais. Apesar de essa decisão ter sido o primeiro passo para esta mudança tão definitiva e positiva na minha vida, a confirmação de que foi o passo acertado só chegou na primeira semana de estágio. Não sei como foi possível o estágio ultrapassar as minhas expectativas, porque admito que as tinha muito elevadas, tal era o entusiasmo.

Esse entusiasmo, embora não tenha sido em momento algum refreado, foi educado durante o estágio. Aprendi a olhar a edição sob outro prisma, a compreender melhor o lado do editor. Foi-me dito algumas vezes que precisava de me desprender da minha visão de leitora, para conseguir compreender plenamente o outro lado, o lado de quem decide que livros levar ao leitor.

Hoje sei que com tudo o que me ensinaram e com tudo o que ainda aprendo todos os dias sobre o mundo editorial consegui realmente entusiasmar-me com os livros em si e não só com a sua leitura.

Este relatório aborda as tarefas que ocuparam grande parte do meu tempo durante o estágio, das que me apresentaram maiores dificuldades e das que se mostraram desafiantes para mim, fazendo-me reconsiderar a ideia de que seriam mais fáceis.

O trabalho para a Coolbooks foi sem dúvida alguma o mais abrangente, uma vez que consegui participar em todas as etapas, desde a análise e escolha da obra, à divulgação da mesma nas redes sociais. Senti a grande responsabilidade que é recusar uma obra a alguém, e só com prática e esforço consegui controlar o medo de cometer um grande erro. Foi preciso, em primeiro lugar, que sáísse do meu papel de simples leitora e me tentasse colocar no de coordenadora editorial, para perceber, finalmente, que nem tudo pode ser publicado, mesmo que seja bom, e que há muita coisa que não merece ser publicada. Tomei consciência de que existir um critério não é mau, pelo contrário, é muito importante, porque garante que só chegam ao leitor obras de qualidade.



Durante o Mestrado, pensei que algumas das disciplinas não me iriam ajudar a trabalhar neste ramo. Afinal, eu não tencionava seguir a via da paginação, nem tão pouco queria trabalhar como *designer*, a criar capas. Assim, disciplinas como Multimédia Editorial I ou Design Editorial pareceram-me menos relevantes para o meu futuro, ao contrário de Revisão de Texto, por exemplo, tarefa que me imaginava a realizar e que hoje é das coisas que mais gosto de fazer. Contudo, consegui perceber enquanto estive na DEL-P como são, afinal, essenciais. Por ter trabalhado com o InDesign, consigo hoje compreender melhor as valências do programa e também as suas falhas, e sei que paginar não é tão linear como se pensa, e um livro mal paginado impede desde logo uma leitura agradável. Quanto à cadeira de Design Editorial, sem dúvida alguma que me permitiu comunicar melhor com os *designers*, ensinando-me a transmitir com maior facilidade os *designs* mentais que elaborava para as capas.

Porém, considero que aprofundar certos conteúdos e abordar outros seria importante, estando o mundo da edição sempre em mudança. No que respeita aos *e-books*, por exemplo, fomos nós, alunos, que pedimos aos professores alguma informação sobre os mesmos, porque o plano das aulas não cobria essa temática, mas, na minha opinião, esse conteúdo devia ser obrigatório de agora em diante. Além disso, apenas um semestre de trabalho com o InDesign, nas temáticas abordadas na cadeira de Multimédia Editorial I, é pouco para tudo o que podemos aprender com o programa. Conseguiríamos ser mais autónomos nas próprias editoras, mesmo que não trabalhando diretamente em paginação, se os professores tivessem a oportunidade de explorar melhor o programa referido (e outros, como o Photoshop, por exemplo) connosco.

Não consigo hoje olhar para um *e-book* ou um livro físico sem imaginar todo o trabalho que está por detrás. As montras digitais e as livrarias físicas têm um novo apelo, um novo interesse, e merecem um maior respeito também, porque são onde o trabalho de quem se dedica está exposto ao escrutínio dos consumidores. Cadeiras como Tipologias da Edição e História e Cultura do Livro ajudaram-me a compreender o percurso que este objeto cultural fez desde o seu aparecimento, o que me permite compreendê-lo hoje

melhor, e me confere a plasticidade necessária para me adaptar às mudanças, nomeadamente, ao grande aparecimento da edição digital.

Sei agora que o trabalho de um editor vai muito além de comprar os direitos de um livro, pedir uma tradução do mesmo e criar um conceito para a capa. Os editores precisam de estar constantemente informados sobre o mercado editorial, sobre as novidades internacionais, sobre as mudanças nos gostos dos leitores/ clientes. Um editor é, na verdade, um gestor de projetos, projetos que têm de ser, se não sempre, pelo menos na sua maioria, lucrativos. Neste aspeto, *Marketing* Editorial e Gestão Editorial foram cadeiras cujos ensinamentos se revelaram valiosos.

O estágio na DEL-P permitiu-me também “mergulhar” no exigente mundo de um assistente ou coordenador editorial e aprender: a trabalhar sob pressão, a interromper uma tarefa porque outra mais urgente se sobrepõe, a atender a mais do que um projeto no mesmo dia, a ser revisora, assistente de comunicação enquanto redigia perguntas para os autores e leitora rápida, na análise das obras. Aprendi a olhar as capas com mais atenção, porque especialmente no universo digital são o maior chamariz, e obriguei-me a perceber melhor os conceitos por detrás das mesmas, o trabalho que implicam, e a mensagem que procuram transmitir.

Viajei enquanto trabalhava nos guias de viagem, um trabalho metódico que acabou por me tornar metódica em tudo o que faço, dando sempre mais de mim em cada trabalho.

Cresci todos os dias durante este estágio, como espero continuar a crescer agora cá fora, enquanto procuro o meu lugar no mundo da edição.

## Bibliografia

APDC, (2014), «Número de portugueses com *tablets* triplica em 2013», *Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações*, 26.02  
[http://www.apdc.pt/Artigo.aspx?channel\\_id=004A7FFA-301B-41C2-B331-1CEE7D8EAAA2&content\\_id=ABB07485-05D5-44B1-BF57-A5747F4DB656&lang=pt](http://www.apdc.pt/Artigo.aspx?channel_id=004A7FFA-301B-41C2-B331-1CEE7D8EAAA2&content_id=ABB07485-05D5-44B1-BF57-A5747F4DB656&lang=pt)  
(consultado a 29.09.2015).

BASIC, Sectores Portugal (01.2014), «Indústria editorial», *D&B Informa*  
[https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2014/jan\\_industria-editorial.pdf](https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2014/jan_industria-editorial.pdf) (consultado a 29.09.2015).

BASIC, Sectores Portugal (01.2015), «Indústria editorial», *D&B Informa*  
<https://www.informadb.pt/idbweb/resourcesRepository/sectores-portugal2015/jan-industria-editorial.pdf> (consultado a 29.09.2015).

BEATO, Inês Henriques (2015) *Texto com Ciência na LeYa*. Relatório de estágio curricular inserido no mestrado em Estudos Editoriais, Aveiro: Universidade de Aveiro.

BEJA, Rui (2011), *A edição em Portugal (1970-2010): percursos e perspectivas*.  
Dissertação inserida no mestrado em Estudos Editoriais, Aveiro: Universidade de Aveiro.

CARVALHO, Cláudia Lima (2012), «Publicar um *ebook* em Portugal e lançá-lo no mercado universal nunca foi tão fácil», *Público*, 12.12  
<http://www.publico.pt/culturaipilon/noticia/publicar-um-ebook-em-portugal-e-lancalo-no-mercado-universal-nunca-foi-tao-facil-1577126> (consultado a 29.09.2015).

CLARK, Giles, e PHILLIPS, Angus (2014), *Inside Book Publishing*, Londres: Routledge.

COSTA, Filipa de Sousa e (2009) *Relatório de estágio em edição na Porto Editora*.

Relatório de estágio curricular inserido no mestrado em Estudos Editoriais, Aveiro: Universidade de Aveiro.

COUTINHO, Isabel (2012), «No mundo dos *ebooks* em português», *Público*, 14.06 <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/no-mundo-dos-ebooks-em-portugues-306388?page=3> (consultado a 29.09.2015).

DIONÍSIO, Pedro, *et al.* (03.2012), «Estudo do sector de edição e livrarias e dimensão do Mercado da cópia ilegal», *APEL* [http://www.apel.pt/gest\\_cnt\\_upload/editor/File/EstudodoSetordeEdicaoLivrariaseDimensaodoMercadodaCopiallegal\\_06mar2012.pdf](http://www.apel.pt/gest_cnt_upload/editor/File/EstudodoSetordeEdicaoLivrariaseDimensaodoMercadodaCopiallegal_06mar2012.pdf) (consultado a 01.10.2015).

FERREIRA, Margarida (2014), *Relatório de estágio em edição na Porto Editora*. Relatório de estágio curricular inserido no mestrado em Estudos Editoriais, Aveiro: Universidade de Aveiro.

FURTADO, José (06.2003), «O papel e o pixel», *Ciberscópico*, <http://ancacid.yolasite.com/resources/03.102%20-%20DC%20-%20e-Folio%20B%20-%20O%20papel%20e%20o%20pixel-%20do%20impresso%20ao%20digital-%20continuidades%20e%20rupturas%20de%20Jose%20Afonso%20Furtado%20-%20Full.pdf> (consultado a 30.09.2015).

FURTADO, José (2007), *O papel e o pixel: do impresso ao digital: continuidades e transformações*, Lisboa: Ariadne.

FUTUREBOOK, (11.2013), «Digital Census», *The Bookseller*, 2-17.

GALA, Maria João (2015), «Horas passadas online duplicaram em dez anos entre pessoas acima dos 16 anos», *Público*, 14.05 <http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/horas->

passadas-online-duplicaram-em-dez-anos-entre-pessoas-acima-dos-16-anos-1695588  
(consultado a 22.10.2015).

HONG-JI, Kim (2014), «Utilização de telemóveis para aceder à Internet duplicou entre jovens portugueses», *Público (Reuters)*, 30.11  
<http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/utilizacao-de-telemoveis-para-aceder-a-internet-duplicou-entre-jovens-potugueses-1677948> (consultado a 22.10.2015).

MARTINS, Manuel (1999), *Marketing do livro: materiais para uma sociologia do editor português*, Oeiras: Celta.

MASTRANGELO, Pia (2011), *Relatório de estágio em edição na Porto Editora*. Relatório de estágio curricular inserido no mestrado em Estudos Editoriais, Aveiro: Universidade de Aveiro.

MORAIS, Patricia (2014), «O pesadelo de escrever sinopses», *Conselhos para Jovens Escritores*, 19.11 <http://trishmorais.blogspot.pt/2014/11/o-pesadelo-de-escrever-sinopses.html> (consultado a 05.10.2015).

NEVES, Rui (2015), «Porto Editora compra Livros do Brasil», *Jornal de Negócios*, 08.01.

NEVES, José Soares, *et al.* (09.2014), «Comércio livreiro em Portugal, estado da arte na segunda década do século XXI», *APEL*  
[www.apel.pt/gest\\_cnt\\_upload/editor/File/COMERCIO\\_LIVREIRO\\_APEL\\_SET2014\\_SEC.pdf](http://www.apel.pt/gest_cnt_upload/editor/File/COMERCIO_LIVREIRO_APEL_SET2014_SEC.pdf) (consultado a 30.09.2015).

PEREIRA, João Pedro (2014), «Livros são os que melhor aguentam a quebra do mercado de entretenimento», *Público*, 17.05 <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/livros-sao-os-que-melhor-aguentam-a-quebra-do-mercado-de-entretenimento-1636294>  
(consultado a 29.09.2015).

PEREIRA, Maria da Graça (2006), «Espelho meu, espelho meu: o reflexo social da literatura light», *Cultura light*, Porto, Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Departamento de Ciências e Técnicas do Património, 169-176  
<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/7602.pdf> (consultado a 30.09.2015).

PINHO, Nuno (2010), «O Ponto e o Contraponto - concentração vertical no Mundo Editorial», *Blogtailors*, 24.05 <http://blogtailors.blogspot.pt/2010/05/opiniao-o-ponto-e-o-contraponto.html> (consultado a 01.10.2015).

QUEIRÓS, Luís Miguel (2010), «Vasco Teixeira: Para um editor escolar, publicar ficção é fácil», *Público*, 17.11 <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/vasco-teixeira-para-um-editor-escolar-publicar-ficcao-e-facil-1466599?page=-1> (consultado a 29.09.2015).

QUEIRÓS, Luís Miguel (2014), «Porto Editora lança chancela digital», *Público*, 22.04 <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/porto-editora-lanca-chancela-digital-1633098> (consultado a 29.09.2015).

R., Elsa (2015), «Opinião “Pelas ruas de uma cidade sem nome”», *Efeito dos Livros*, 04.10 <http://efeitodoslivros.blogspot.pt/2015/10/opiniao-pelas-ruas-de-uma-cidade-sem.html> (consultado a 06.10.2015).

S/N (2015), «Porto Editora comprou a Livros Editora Brasil», *Dinheiro Vivo*, 08.01 [http://www.dinheirovivo.pt/empresas/interior.aspx?content\\_id=4329995&page=-1](http://www.dinheirovivo.pt/empresas/interior.aspx?content_id=4329995&page=-1) (consultado a 29.09.2015).

S/N (2015), «Porto Editora relança os guias de viagem mais populares do mundo», *Porto Editora*, 04.03 <http://www.portoeditora.pt/imprensa/noticia/ver/porto-editora-relanca-os-guias-de-viagem-mais-populares-do-mundo?id=34822> (consultado a 06.10.2015).

S/N (2012), «Guias de viagem *CityPack*», *Porto Editora*, 17.07

<http://www.portoeditora.pt/imprensa/noticia/ver/guias-de-viagem-citypack?id=3321>

(consultado a 06.10.2015).

SUICH, Alexandra (2014), «The Future of the Book: From Papyrus to Pixels», *The*

*Economist*, <http://www.economist.com/news/essays/21623373-which-something-old-and-powerful-encountered-vault> (consultado a 28.09.2015).

TELES, Alexandra Tavares (2013), «Em políticos de qualidade talvez sejamos pobres, mas em cultura não», *Diário de Notícias*, 16.06

[http://www.dn.pt/revistas/nm/interior.aspx?content\\_id=3269094](http://www.dn.pt/revistas/nm/interior.aspx?content_id=3269094) (consultado a 29.09.2015).

THOMPSON, John B. (2010), *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century*, Cambridge: Polity Press.

VALE, Francisco (11.2009), *Autores, editores e livreiros*, Lisboa: Relógio D'Água.

## **Websites consultados**

<http://www.apel.pt>

<http://www.blogtailors.com>

[www.coolbooks.pt](http://www.coolbooks.pt)

[www.www.dorothykoomson.co.uk](http://www.dorothykoomson.co.uk)

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

<http://www.escrytos.com/>

<https://www.facebook.com/Carla-Ramalho-928554040508159/>

<https://www.facebook.com/coolbooks.pt>

<https://www.goodreads.com/>

<http://www.grupoeditora.pt/>

<http://guiasdeviagem.portoeditora.pt/>

[www.infopedia.pt](http://www.infopedia.pt)

[www.lerebooks.wordpress.com/](http://www.lerebooks.wordpress.com/)

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/acordo.php>

[www.portoeditora.pt/](http://www.portoeditora.pt/)

[www.publishingperspectives.com/](http://www.publishingperspectives.com/)

<http://www.rae.es/>

[www.thebookseller.com](http://www.thebookseller.com)

<http://www.traveldk.com/>

[www.wook.pt](http://www.wook.pt)