



Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2015

Michel Mutaia Kanianga

**Internacionalização da Publindústria
no mercado lusófono: Caso de Angola**



Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2015

Michel Mutaia Kanianga

**Internacionalização da Publindústria
no mercado lusófono: Caso de Angola**

Relatório de estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Carlos Manuel Ferreira Morais, Professor Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro e a supervisão do Eng^o António da Silva Malheiro, diretor da *Publindústria, Produção de Comunicação, Lda*.

o júri

presidente

Prof. Doutor João Manuel Nunes Torão
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

Vogais

Prof. Doutor Carlos Manuel Ferreira Morais
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Eng^o. António da Silva Malheiro
Sócio-gerente da Publindústria e reconhecido como especialista pela
Universidade de Aveiro

Para a minha esposa, Modesta Ndiba Siniembo
“Nicole”, pela companhia e amizade.

E para os meus filhos, Miqueas, Joyce e Kawaha,
pelo sacrifício consentido durante estes dois longos
e quase intermináveis anos de ausência e de priva-
ção.

agradecimentos

A Deus Todo Poderoso, criador do Céu e da Terra, Jehovah, pela vida e pelo seu amor incondicional.

Ao Ministério da Cultura de Angola e, em especial, à Doutora Rosa Cruz e Silva, Ministra da Cultura, pela implementação da política de formação de quadros.

Ao Diretor Geral do Instituto Nacional das Indústrias Culturais, Doutor Gabriel Joaquim Cabuço, por acreditar em mim e me proporcionar a oportunidade de estudar fora do país.

Ao Engenheiro António Malheiro, Diretor Geral da *Publindústria*, por ter aberto as portas da sua empresa para a realização do meu estágio e por me acompanhar, com muita paciência e dedicação, durante todo o período do mesmo.

A todos os funcionários da *Publindústria*, em particular à Ana Pinho, ao Rui Fernandes, ao Daniel Silva e ao Luciano Carvalho, pela colaboração e ajuda ao longo de quatro meses.

Ao Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro e a todos os professores do Mestrado em Estudos Editoriais. Um agradecimento muito especial ao Professor Doutor Carlos Morais, por aceitar orientar o meu estágio. Para ele, os meus mais sinceros agradecimentos. Os seus conselhos e orientação foram essenciais, ao longo do estágio e durante a produção deste relatório.

Ao Professor Doutor João Torrão que, com o seu incentivo, me deu força para estudar na Universidade de Aveiro.

A todos os meus colegas de curso, pelo carinho e colaboração demonstrados durante os dois anos da nossa formação. À Alina Timóteo e ao António Carinha, o meu especial kandandu.

palavras-chave

livro técnico, mercado angolana, edição, revisão de texto, publicação, Publindústria

resumo

O presente relatório apresenta as atividades de quatro meses passado na editora *Publindústria*, sediada no Porto, no quadro do meu Mestrado em Estudos editoriais na Universidade de Aveiro. Trata-se da execução de um amplo projecto editorial, já existente na editora, no mercado lusófono, mais precisamente no mercado literário angolana, da promoção dos novos negócios e da experimentação de um novo produto de matriz angolana. Desenvolveu-se um programa com os canais legais para a introdução dos produtos *da Publindústria* em Angola, no âmbito de mercado, e concretizou-se o projecto MyBook com a produção editorial de dois novos livros de autores angolanos.

keywords technical book , Angolan market , editing, Review text ,
publishing, *Publindústria*

Abstract This report aims to present four months of activities that I spent in publishing house *Publindústria* based in Porto, as part of my Master in Editorial Studies in University of Aveiro. The activities aimed the implementation of an extensive editorial project in Lusophonemarket, specifically in Angolan literary market, by promoting new business and testing of a new product of Angolan origin. We have developed a program with legal channels for the introduction of the products of *Publindústria* in Angola, at the level of the market, and the achievement of the project MyBook with the editorial production of two new books of Angolan authors.

Índice

1	Introdução	1
2	A Publindústria e sua atividade.....	3
2.1	Apresentação.....	3
2.2	O setor de atividade.....	3
2.3	A Publindústria e as suas marcas e produtos.....	5
2.3.1	Engenho e Média, Lda.....	7
2.3.2	CIE-Comunicação e Imprensa Especializada, Lda.....	7
2.3.3	O Gabinete de Design.....	7
2.4.1	Agropress.....	9
2.4.2	TecnoAlimentar.....	9
2.4.3	AgroNegócios.....	10
2.4.4	Agrobook.....	11
2.4.5	Agrotec.....	12
2.4.6	Engebook.....	12
2.5	Funcionamento do escritório.....	14
2.6	A estratégia para responder às necessidades do mercado.....	15
2.6.1	A distribuição.....	15
2.6.2	Abordagem aos autores.....	16
2.6.3	Comunicação e Marketing.....	16
3	O estágio e os trabalhos efetuados.....	17
3.1	Os novos mercados: estratégia de internacionalização e mercado angolano.....	18
3.1.1	Situação encontrada.....	19
3.1.2	Os meios de pagamento.....	20
3.1.3	Dificuldades no envio e distribuição de encomendas.....	21
3.1.4	Proposta de solução para o envio e distribuição de encomendas.....	21
3.1.5	Contactos com os clientes inscritos no engebook.com	22
3.1.6	Encontro de novos clientes e possíveis autores e/ou articulistas angolanos.....	23

3.1.7	Outras atividades para o mercado angolano.....	24
3.2	Os novos negócios: a marca MyBook.....	26
3.2.1	Modelos de MyBook	26
3.2.2	Condições comerciais e editoriais de MyBook.....	28
3.3	Produção editorial: da ideia ao produto final.....	28
3.3.1	Direitos de autor e contratos de edição da MyBook.....	29
3.3.2	Design e produção gráfica	30
3.3.3	Marketing e distribuição do livro.....	31
3.3.4	Os registos: ISBN, Depósito Legal, CDU e Engebook.....	31
3.3.5	Tiragens.....	33
3.3.6	Particularidades das obras editadas.....	34
4	Balanço do trabalho efetuado.....	50
5	Conclusão.....	55
6	Bibliografia	57

Anexos

Anexo1	- Plano de estágio.....	63
Anexo 2	- Ficha proposta de edição.....	67
Anexo 3	- Correspondências diversas	67
Anexo 4	- Documentação do ISBN.....	87
Anexo 5	- Serviço de Depósito Legal.....	101
Anexo 6	- Ficha técnica de um livro.....	105

Índice de Figuras

Figura 1	- Plataforma eletrónica da Publindústria
Figura 2	- Área das marcas da Publindústria na sua plataforma eletrónica
Figura 3ab	- Plataforma eletrónica da engenho e média (a) e capas das suas revistas (b)
Figura 9	- Plataforma eletrónica da Engebook

Figura 4ab - Plataforma eletrónica da comunicação e imprensa especializada (a) e capas das suas revistas (b).

Figura 5 - Capas das revistas Agrotec e os seus suplementos

Figura 6 - Capa da revista Tecnoalimentar

Figura 7 - Plataforma eletrónica da Agronegócios

Figura 8 - Logótipo da Agrobook

Figura 9 - Plataforma eletrónica da Engebook

1. Introdução

De janeiro a abril de 2015 efetuei um estágio na empresa Pubblindústria-Produção de Comunicação, Lda, que ao longo do relatório identificarei por “Pubblindústria”, sediada na Praça da Corujeira 38, no Porto, onde assumi a responsabilidade pelo processo de internalização da empresa no mercado angolano.

Este estágio constituiu para mim uma oportunidade de compreender, em primeiro lugar, o funcionamento de uma editora de livros técnicos, desde o processo editorial até ao consumidor final, passando pelas estratégias de venda *online* e a conquista de novos mercados.

Além de enriquecer o meu conhecimento no domínio editorial, este estágio permitiu compreender em que medida, com poucos recursos humanos, se pode conseguir manter um negócio estável e rentável.

O meu estágio consistiu em perseguir e concretizar alguns dos objetivos do plano de negócios da Pubblindústria, nomeadamente os que aguardavam oportunidade de concretização em termos de mercado e que se relacionavam com novas áreas de negócio, tanto ao nível de mercados em diferentes espaços geográficos por explorar, como ao nível da produção editorial.

O meu orientador de estágio foi o diretor da empresa, o que me permitiu apreender o funcionamento da edição de livros técnicos, as estratégias para a angariação de novos clientes, a criação de novos produtos para responder às exigências do mercado, bem como propor de forma adequada uma estratégia de comunicação e marketing para os novos livros e para as publicações periódicas.

Este estágio foi, pois, uma oportunidade única de perceber o funcionamento de uma editora, sobretudo uma editora de livros técnicos.

Criada em 1986 como empresa jornalística direcionada para a produção e edição de revistas técnicas, com enfoque nas indústrias metalomecânica e têxtil, a Pubblindústria seguiu um processo evolutivo que acrescentou novos produtos e serviços que fizeram com que seja, hoje, a marca *umbrella* de outras marcas

identitárias na oferta de conteúdos especializados para as áreas da atividade económica de matriz tecnológica.

A Pubblindústria é uma editora de conteúdos especializados formatados em suportes físicos e digitais, cuja atividade abrange várias áreas económicas, nomeadamente a robótica industrial, a eletricidade, a energia e o ambiente, a engenharia hospitalar, a engenharia agronómica, a indústria alimentar e a construção civil, em torno das quais apresenta uma larga oferta de serviços de comunicação e marketing empresarial, sustentada numa equipa que reúne competências em marketing, engenharia, design e jornalismo.

A elaboração deste relatório tem como principal fonte os diferentes ensinamentos tirados da prática diária das tarefas que me foram incumbidas. Os encontros que tive com os funcionários dos diferentes serviços da empresa permitiram-me dar coerência a este relatório.

Com vista a relatar fiel e analiticamente os quatros meses passados no seio da editora Pubblindústria, parece-me lógico, antes de tudo, apresentar o ambiente do estágio e fazer um breve resumo dos diferentes produtos e marcas da empresa. De seguida, apresentarei o quadro de estágio, com as tarefas efetuadas nos serviços de comunicação e marketing e na produção editorial. Por fim, serão especificados os vários conhecimentos e a experiência que adquiri ao longo do estágio.

2. A Publindústria e sua atividade

2.1. Apresentação

Nesta parte do meu relatório de estágio, tratarei de apresentar, de uma forma breve, a empresa, do ponto de vista das suas atividades económicas, destacando a sua missão, a sua visão de negócio e as suas marcas. O meu objetivo não é o de fazer uma descrição detalhada da empresa, mas o de fornecer informações concretas e claras para a compreensão do trabalho efetuado no quadro do meu estágio. Muitas das informações que irei apresentar sobre a empresa são as que constam nos documentos internos consultados, nos portais dos *sites* das marcas e produtos da empresa, nos relatórios de estágio efetuados pelos alunos de Estudos Editoriais, sem esquecer a contribuição permanente do meu supervisor, engenheiro António Malheiro, Diretor Geral da Publindústria.



Figura 1. Plataforma eletrónica da *Publindústria*

2.2. O setor de atividade

A Publindústria - Produção de Comunicação, Lda, foi fundada em 1986 como empresa jornalística direcionada para a produção e edição de revistas técnicas, com enfoque nas indústrias metalomecânica e têxtil, e, aos poucos, dentro da sua

identidade, foi aderindo a um processo evolutivo, acrescentando novos produtos e serviços.

Atualmente, a *Publindústria* é um ponto de junção e a marca *umbrella* de outras marcas identitárias que oferecem conteúdos especializados para as áreas da atividade económica de matriz tecnológica. Tem no seu seio um portefólio muito variado que abrange a robótica industrial, a eletricidade, a energia e o ambiente, bem como a engenharia hospitalar, a engenharia agronómica, a indústria alimentar e a construção civil. Através do seu conhecimento nessas áreas económicas, apresenta uma larga oferta de serviços de comunicação e de marketing empresarial, assegurada por uma equipa que reúne competências em marketing, engenharia, design e jornalismo, afirmando-se como editora de conteúdos especializados formatados em suportes físicos e digitais, nomeadamente revistas, livros, ebooks, webinários e seminários de formação e capacitação. A comercialização dos seus produtos faz-se através da Engebook, uma marca editorial para o comércio físico e eletrónico de conteúdos de engenharia e gestão.

Os sites *www.engebook.com* e *www.engebook.com.br* funcionam como plataformas de comércio eletrónico de conteúdos de engenharia e gestão. Além das edições próprias, a Engebook proporciona igualmente uma ampla oferta de obras de editoras estrangeiras, especializadas em vários domínios do conhecimento, algumas das quais representa em regime de distribuição exclusivo.

Inserindo-se num segmento do mercado editorial com ênfase na produção, organização e comercialização de conteúdos técnicos e científicos, a *Publindústria* tem trabalhado em parceria com universidades, centros tecnológicos e empresas.

Na sua visão de negócio, a editora atribui um lugar preponderante às novas tecnologias de comunicação, tendo considerado a globalização como um fator que continuará a crescer e se constituirá como novo paradigma civilizacional. Para a *Publindústria*, as tecnologias eletrónicas e informáticas concorrerão para o aparecimento de sistemas de comunicação mais fiáveis e interativos. A empresa

acredita que a globalização trará oportunidades de negócio nos nichos que constituem o seu mercado-alvo.

2.3. A Publindústria e as suas marcas e produtos

Sem me prender a uma descrição completa de cada marca e/ou produto da editora, neste capítulo apresentarei a Publindústria, dando particular relevo às áreas/marcas e processos com os quais tive mais contacto.



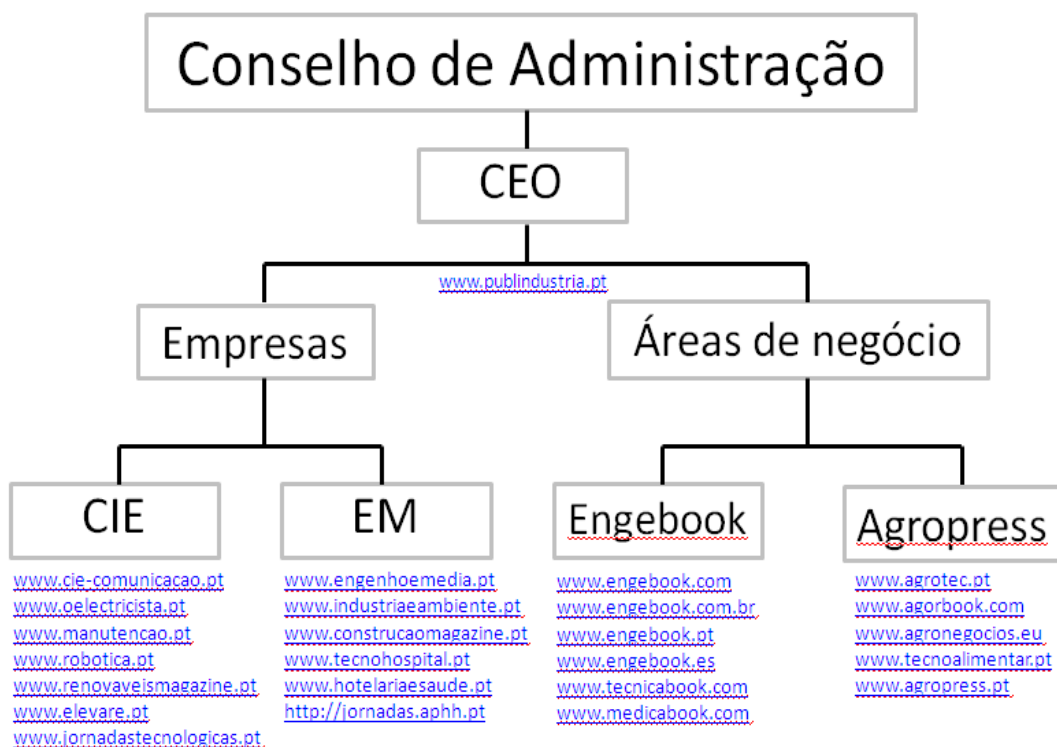
Figura 2. Área das marcas da *Publindústria* na sua plataforma eletrónica.

Desde a sua criação, há 29 anos, a Publindústria posiciona-se como uma *umbrella* na qual se abrigam várias empresas, produtos e marcas ligadas ao negócio de conteúdos profissionais, especialmente no domínio das ciências e engenharias, com a missão de produzir, distribuir e comercializar esses mesmos conteúdos. A sua estratégia reside no conhecimento das necessidades de comunicação e formação em nichos de mercados emergentes e no desenvolvimento de parcerias com instituições socioprofissionais e académicas. Para a concretização dos seus objetivos, a empresa faz assentar a sua atividade na publicação de revistas especializadas, na edição e comercialização de livros e na realização de ações de formação.

A Publindústria estrutura a sua oferta de serviços e alavanca a sua comunicação em torno de marcas registadas, algumas delas com percursos de afirmação com mais de 25 anos que lhes permite a distinção inequívoca de marcas líderes.

Para se afirmar no mercado editorial, a Publindústria tem adotado um modelo de crescimento baseado numa estratégia de desenvolvimento de novas empresas afiliadas, com total autonomia estratégica no desenvolvimento de novos produtos, mas com uma partilha dos recursos da estrutura.

A sua constituição orgânica é feita por duas grandes empresas afiliadas, a *Engenho e Média, Lda*, e a *Comunicação e Imprensa Especializada, Lda*, e por um gabinete de design e uma área de negócio, no seio dos quais se desenvolvem diferentes produtos.



www.f2-fashionssquare.pt (DESCONTINUADO)

2.3.1. Engenho e Média, Lda

A Engenho e Média direciona a sua oferta de conteúdos e eventos para as áreas do ambiente, construção civil e saúde, através da publicação das revistas *Indústria e Ambiente*, *Construção Magazine* e *TecnoHospital*.

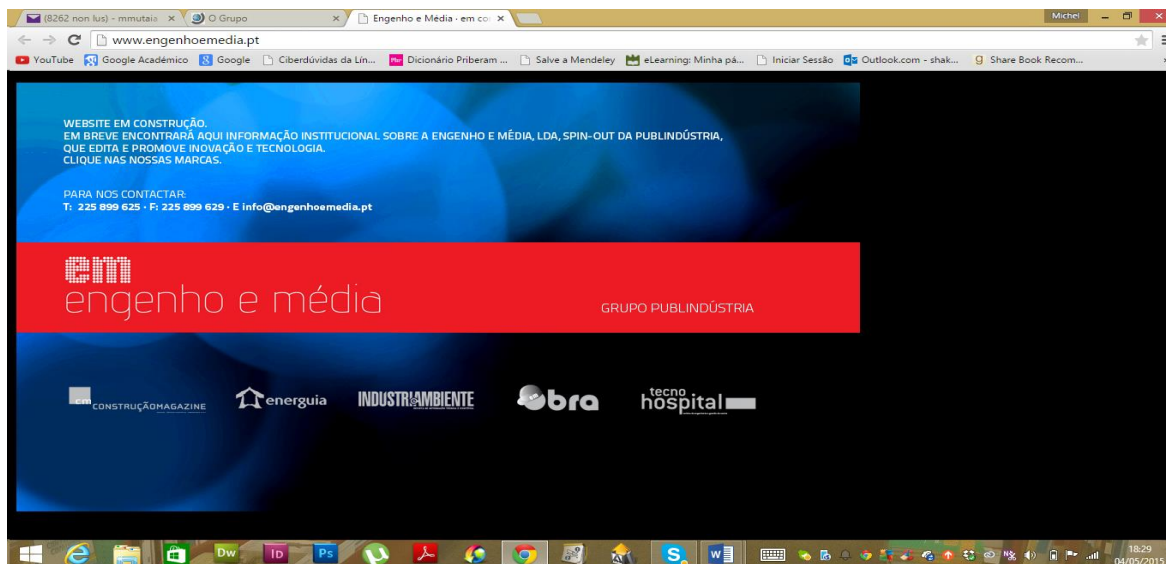


Figura 3ab - Plataforma eletrónica da *engenho e média* (a) e capas das suas revistas (b).

2.3.2. CIE-Comunicação e Imprensa Especializada, Lda

A Comunicação e Imprensa Especializada direciona a sua oferta de conteúdos e eventos para as áreas da indústria elétrica e metalomecânica e energia, através das revistas *O Electricista*, *Manutenção*, *Renováveis Magazine*, *Elevar* e *Robótica*.



Figura 4ab – Plataforma eletrónica da *comunicação e imprensa especializada* (a) e capas das suas revistas (b).

2.3.3. O Gabinete de Design

O Gabinete de Design e Comunicação é um gabinete composto por dois funcionários, designers, que prestam serviços internos às empresas afiliadas do grupo. O Gabinete está também aberto à prestação de serviços às empresas e particulares externos.

2.4. Áreas de Negócio

A estratégia de desenvolvimento da *Publindústria* entende a área de negócio como o embrião de uma nova empresa afiliada, com grau de autonomia económica, liderança e uma contabilidade de custos bem definida, que lhe permite uma gestão orçamental e comercial de grande assertividade, mas que não se constitui como uma

entidade jurídica/ empresa independente. Serão apresentadas, a seguir, as áreas de negócio da Publindústria.

2.4.1. Agropress

A Agropress tem como missão a produção de livros e revistas e a organização de eventos direcionados para as áreas da agronomia, agroalimentar e da agroindústria. Produz a *Agrotec*, Revista Técnico-Científica Agrícola, que é uma publicação periódica de carácter técnico-científico, especializada no setor agrícola, e os seus suplementos *Pequenos Frutos*, *Grandes Culturas* e *Agrobótica*.



Figura 5 – Capas das revistas *Agrotec* e os seus suplementos.

A *Agrotec*, e os seus suplementos, chega a todo o território nacional e está representada a nível internacional em vários pontos de venda, nomeadamente em Angola, Moçambique e Brasil. Com o serviço de assinaturas chega a todos os pontos do globo. (<http://www.agronegocios.eu/revistas/>).

2.4.2. TecnoAlimentar

TecnoAlimentar é uma revista técnico-científica da indústria alimentar, cujo objetivo é promover as tecnologias inovadoras que sustentam a competitividade da indústria agroalimentar nacional e estabelecer pontes de diálogo técnico e de cooperação com profissionais que operam no setor das ciências agrárias e

alimentares, empresários, gestores, formadores, investigadores, docentes e formandos, tanto em Portugal como nos países de expressão portuguesa.



Figura 6 – Capa da revista Tecnoalimentar

A revista reúne e organiza informação sobre a transformação, processamento, conservação e embalagem de alimentos e bebidas, dando destaque às indústrias da carne, peixe, ovos, laticínios e bebidas, contribuindo assim para a disseminação de conhecimento e para o desenvolvimento económico dos agentes do setor. (<http://tecnoalimentar.pt/about/>).

2.4.3. AgroNegócios

O *AgroNegócios* é o canal digital de informação para o setor agrícola e agroindustrial da *AgroPress*. Trabalhando em parceria com a Caixa de Crédito Agrícola, aposta na publicação de conteúdos para o setor agrícola e agroindustrial.



Figura 7 – Plataforma eletrônica da Agronegócios.

A razão da existência desta plataforma digital é potenciar, alargar e facilitar o acesso de leitores à informação e conhecimento produzidos para o mercado agrícola e agroindustrial, reconhecendo a crescente importância das tecnologias de comunicação como ferramenta de trabalho para este setor. Pretende-se também que o *AgroNegócios* seja um portal de partilha de informação útil, com a publicação de notícias atualizadas, novos conteúdos e a oferta de vários webservices. (<http://www.agronegocios.eu/quem-somos/>).

2.4.4. Agrobok

A *Agrobok* é uma marca para a distribuição de livros de agronomia que reúne e disponibiliza a oferta de livros, revistas e demais conteúdos técnicos e científicos afins às temáticas da produção e da gestão do setor agronómico e dirigidos para a produção, gestão empresarial e ensino. A marca surge como um desdobramento da Engebook, de maneira a responder melhor ao público da área da agronomia. Atualmente a Agrobok partilha a loja virtual com a Engebook, mas uma plataforma própria para a comercialização e venda dos seus conteúdos está em construção.



Figura 8 – Logotipo da Agrobook.

De entre os subtemas editados e disponíveis, encontram-se, entre outros, a agricultura biológica, a agricultura tropical, a agrofloresta e silvicultura, a agroindústria, a viticultura e enologia, a fertirrigação, a hortifruticultura, a rega hidráulica e hidrologia, a mecanização agrícola, a veterinária e zootecnia e a agricultura de lazer.

2.4.5. Agrotec

A *Agrotec – Revista Técnico-Científica Agrícola* é uma publicação periódica especializada que tem o propósito de divulgar práticas e conceitos úteis a técnicos, empresários e pequenos produtores agrícolas, apresentando e promovendo tecnologias inovadoras que elevam a competitividade da agricultura portuguesa e dos países de língua portuguesa. A revista é distribuída por oferta, assinatura e versão digital, e cobre todo o território nacional. Angola, Moçambique, Cabo Verde e Brasil começam a aparecer no mapa de distribuição.

Para além destes destinos, a *Agrotec* chega a todos os pontos do globo, através do serviço de assinaturas. (<http://agrotec.pt/quem-somos/>).

2.4.6. Engebook

A *Engebook* é a marca da Publindústria que congrega a distribuição de revistas e livros técnico-científicos direcionados para os mercados da gestão e das engenharias. Reúne um conjunto alargado de livros de editoras nacionais e

estrangeiras, num modelo de negócio sustentado na estratégia de oferta de nicho, em parceria com uma reduzida rede de pontos de venda localizados próximo das escolas e institutos de engenharia e de gestão. Para lá do portal digital (http://www.engebook.com/nm_quemsomos.php?id=6), a *Engebook* tem uma livraria física que funciona na sede da Publindústria.



Figura 9 - Plataforma eletrónica da *Engebook*.

Enquanto distribuidora para o mercado nacional de livros técnicos e científicos de engenharia e de gestão, a *Engebook* tem relações preferenciais com editoras de instituições académicas e organizações públicas tais como: LNEC (Laboratório Nacional de Engenharia Civil), INEGI (Instituto Nacional de Engenharia e Gestão Industrial), CMM (Construção Metálica e Mista), TECMinho (Universidade do Minho), FEUP (Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto), edições ORION e SCHNEIDER ELECTRIC.

Importa e distribui livros de editoras de referência dos outros países, nomeadamente do Brasil, como a Edgard Blucher, Artliber e Érica, e, de Espanha, a generalidade das editoras especializadas ou com ramos de edição direcionados para o ensino tecnológico universitário, agroindustrial e agrícola, como: A. Madrid Vicente, Ediciones Aitim, Cano Piña (CEYSA), Cie Dossat, Creaciones Copyright, Ediciones Diaz de Santos, Editorial Reverté, FC Editorial, Marcombo, Ediciones Técnicas, Marge Books, Paraninfo, Progenza, ECU, RA-MA.

Em língua inglesa distribuí livros das editoras como Earthscan, Manson Publishing e CABI, e em língua francesa das editoras Arvalis, Lavoisier, Centre Technique Interprofessionel des Fruits et Legumes (CTIFL) e Dunod.

No que concerne à distribuição de livros nacionais, tem no Brasil o seu principal mercado, através de uma rede de lojas alimentadas pelo seu importador ZamboniBooks, e também pela venda direta através da sua loja virtual (www.engebook.com.br).

Grande parte do meu relatório será consagrado a esta marca/departamento, pois foi aí que fui colocado durante todo o tempo do meu estágio.

2.5. Funcionamento do escritório

O escritório da Engebook é o ponto de junção da Publinústria e suas diferentes marcas e produtos associados. O funcionamento da Engebook, no que respeita a vendas, contacto com os clientes, receção de livros das outras editoras e a sua distribuição nos canais de distribuição, contacto com os autores para a assinatura de contratos, controlo e tratamento de processos de venda *online* de todos os produtos e serviços da Publinústria (livros, revistas e seminários), bem como ao controlo contabilístico, desde o pagamento de direitos de autor até ao pagamento a gráficas, passando pelo pagamento a editoras, cobranças de vendas a crédito (Fnac, Brasil e pontos de venda), controlo de stocks e gestão da conta bancária, é assegurado por três funcionários que trabalham em estreita colaboração com os restantes departamentos da empresa.

É este escritório que, no quadro dos negócios emergentes, nomeadamente do mercado angolano e brasileiro, entra em contacto com todos os parceiros e negocia as possíveis edições conjuntas e o preço do livro. Foi neste escritório que passei os meus momentos de estágio.

2.6. A estratégia para responder às necessidades do mercado

2.6.1. A distribuição

2.6.1.1. Distribuição de livros editados pela *Publindústria*

As ações desenvolvidas pela *Publindústria* no sentido de se afirmar como líder de livros técnicos nas áreas da engenharia e da gestão enquadram-se na estratégia de responder às necessidades do mercado do livro profissional em Portugal.

Para poder manter-se no mercado editorial do livro técnico, distribuindo e vendendo os seus livros com os resultados pretendidos, a empresa realiza, regularmente, um levantamento de todos os livros adotados e prescritos em cada curso de engenharia e um levantamento dos livros adotados nas escolas profissionais. Ao mesmo tempo, está atenta às oportunidades de negócio decorrentes de mudanças de quadros legais, com incidência nos que se referem à proteção contra incêndios, à energia, ou à construção.

A distribuição e venda de livros editados pela *Publindústria* é feita pela marca/departamento *Engebook*, no seu portal na internet ou na livraria física localizada na sede da empresa, pois o seu grande objetivo é fazer chegar o livro com os seus próprios meios ao consumidor final.

2.6.1.2. Distribuição de outras editoras

A empresa não se fecha às negociações com outras distribuidoras. Para isso, coloca-se na posição de livreiro, tratando cada caso de forma independente e segundo o poder de negociação de cada uma.

A abordagem para a distribuição de livros de outras editoras faz-se com a mesma estratégia de tratar cada caso isoladamente de acordo e com o poder de negociação de cada uma. Nessas negociações, o esforço da *Publindústria* é dirigido

no sentido de conseguir 50% ou mais de desconto e um prazo de pagamento de 30 dias, em cada contrato de distribuição.

2.6.2. Abordagem aos autores

A abordagem aos autores é feita de acordo com as regras de procedimento já existentes, nomeadamente o envio da proposta de edição (Anexo 1) ao autor, uma ficha contendo indicações de alguns dados, que servirá para avaliar se o livro se enquadra na linha editorial ou não, caso seja o autor a solicitar a edição do seu original. De seguida assina-se o contrato de edição, que não colocamos no anexo deste relatório por ser um documento de carácter privado para a empresa. Também existem casos em que a Publindústria pede a um professor ou especialista para escrever um livro, dando-lhe algumas indicações sobre a matéria pretendida.

2.6.3. Comunicação e Marketing

O esforço conjugado para a comunicação e marketing pretende criar uma relação estreita e direta com o consumidor final, disponibilizando-lhe informação atempadamente. Para tal, a base de dados é automaticamente atualizada quando um cliente se inscreve na livraria virtual *Engebook*. A partir do *backoffice*, os funcionários têm conhecimento dos dados de cada cliente, nomeadamente a sua área de interesse, o que facilita o envio de *newsletters* e outras informações importantes. Por cada revista ou livro da Publindústria que é lançado, é criado um espaço de destaque no portal *Engebook*, com vista à sua divulgação e promoção.

3. O estágio e os trabalhos efetuados

Antes do início do estágio, o meu orientador apresentou-me um plano detalhado sobre o que a sua empresa esperava de mim. O plano de estágio apresentado enquadra-se na visão estratégica da empresa, nas matérias inovadoras e nos projetos que estavam em carteira a aguardar oportunidade de concretização, pelo que todas as atividades que me foram atribuídas para desenvolver tiveram como objetivo a concretização daqueles projetos. O meu estágio assentou em três eixos principais: o mercado, os novos negócios e a produção editorial.

Seguindo o plano previamente delimitado, tive a oportunidade de acompanhar e participar em algumas reuniões de trabalho que visavam dar corpo aos objetivos estratégicos traçados pela editora no que concerne aos projetos em carteira.

Para tornar compreensível o presente relatório julguei necessário tratar separadamente cada ponto do plano de estágio, desde as ferramentas postas à minha disposição, até ao esforço para cumprir o que a empresa esperava de mim, passando pelas tarefas que não foi possível concluir durante o tempo de estágio, mas que continuaremos a desenvolver num ambiente de cooperação e/ou de negócio.

O primeiro contacto com o local de trabalho permitiu tomar conhecimento da livraria Engebook, situada no mesmo local do escritório onde passei o meu estágio. Mostraram-me a forma como os livros estavam classificados para facilitar a busca. A seguir, passei algum tempo na observação das práticas diárias, para compreender o funcionamento do *backoffice* e do processo de vendas *online*. Pouco a pouco, comecei a realizar as tarefas que me foram atribuídas. Para ter acesso ao *backoffice* foi-me atribuído um computador conectado à internet, com suas respetivas palavras-passe, e permitido o acesso aos *e-mails* da empresa, para poder estabelecer todas as ligações internas e externas.

Como foi dito na introdução, a minha missão na *Publindústria*, durante o estágio, era específica. Tratava-se de, no quadro dos novos mercados, criar e

implementar uma estratégia de vendas para Angola, trabalhando ao nível da logística e da comunicação e, nos novos negócios, promover os serviços associados à marca *MyBook*, de acordo com o desenho concetual existente, e, por fim, acompanhar todas as fases do processo de produção editorial dos novos livros da *MyBook*, propriamente *briefing* com os autores, contratos de edição, calendarização, controlo de custos de produção, pedidos de ISBN e Depósito Legal, *design*, revisão, impressão e promoção.

3.1. Os novos mercados: estratégia de internacionalização e mercado angolano

A definição do mercado para um livro deve ser feita em termo de cada leitor potencial conforme o nível de alfabetização, cada livreiro que compra o livro, cada distribuidor que estocará o livro para revender aos livreiros, compradores institucionais (bibliotecas, governo etc.), consumidores (leitores) que desejam ler o livro, tornando-se por um título similar já publicado. (UNESCO, 1992: 19)

Uma das estratégias da *Publindústria* consiste em descobrir novos mercados onde o livro técnico é raro ou onde outras editoras não conseguem penetrar. Neste ponto, irei abordar um mercado específico, o mercado do livro técnico direcionado para as áreas de engenharia e gestão, e a estratégia de penetração no mercado angolano.

As ações que eu dirigi enquadraram-se em diversos níveis, nomeadamente a procura de contactos, via correio eletrónico de professores de Ensino Superior, Ensino Médio e Ensino Profissional, bem como de profissionais, técnicos instaladores e projetistas. É bom lembrar que o «conceito estratégico da *Publindústria* assenta num forte conhecimento das necessidades comunicacionais e formativas em nichos de mercados emergentes e ainda no desenvolvimento de parcerias com instituições socioprofissionais e académicas» (MOREIRA, 2012: 19-20).

Nas várias reuniões preparatórias que tivemos fui informado de que a estratégia de internacionalização da editora visava conquistar vários mercados, principalmente os dos PALOP (países africanos de língua oficial portuguesa), com destaque para os de Angola e Moçambique. A *Engebook* já tem uma área, no seu portal, reservada aos clientes angolanos, e algumas revistas já se vendem com regularidade em Angola.

3.1.1. Situação encontrada

Até ao início do meu estágio, o contacto da *Publindústria* com o mercado angolano, para lá da livraria *online Engebook*, estava a ser feito através de duas instituições. Assim, a distribuidora Bisturi tinha a exclusividade dos livros e a Associação Angolana de Manutenção (AAM) a das revistas *O Electricista*, *Manutenção* e os seus respetivos suplementos. Com a minha admissão no estágio, fui encarregado de responder a todas as solicitações *online* dos clientes angolanos registados no portal e de criar condições para novos registos que ajudem a multiplicar as vendas.

Antes de procurar a solução, era necessário conhecer a realidade do que se passava nas compras *online*, em relação aos clientes angolanos. Para tal, uma das possibilidades era eu próprio, a título de experiência, fazer inscrição no portal, como cliente, para saber o funcionamento do processo desde a inscrição, acesso e escolha do produto, meio de pagamento, custos de porte, até o produto chegar ao consumidor final em Angola. Neste processo, fui confrontado com as duas principais dificuldades sentidas pelos clientes angolanos quando decidem fazer compras *online*: em primeiro lugar, os meios de pagamento existentes no portal e, em segundo lugar, a receção do produto depois da compra.

3.1.2. Os meios de pagamento

Os meios de pagamentos existentes no portal são: cartões de créditos *Visa* ou *MasterCard*, *PayPal*, referência multibanco, cobrança e transferência bancária. Estes

meios não se adequam ao mercado angolano, nem à vida de grande parte do público-alvo, que é maioritariamente composto por estudantes e técnicos profissionais.

Vai em baixo a forma como se apresentam no portal os meios de pagamento para as compras *online*:

Cartão de Crédito - Pode fazer o pagamento de forma segura. A encomenda será processada num prazo máximo de 2 dias úteis.



Envio à cobrança - A encomenda será paga no momento da entrega da encomenda. Esta forma de pagamento tem um custo adicional relativo às taxas de cobrança.

Transferência Bancária - Pagamento por multibanco, e-banking. Após receção de comprovativo bancário, a encomenda será expedida em 2 dias úteis.

Paypal - Pode fazer o pagamento de forma segura. A encomenda será processada num prazo máximo de 2 dias úteis.



Referência Multibanco - Pagamento por multibanco. Após receção de comprovativo bancário, a encomenda será expedida em 2 dias úteis.

Ao pagar por transferência bancária, deve enviar o comprovativo da mesma para o e-mail ventas@engebook.com.

3.1.3. Dificuldades no envio e distribuição de encomendas

O mecanismo de envio e distribuição de encomendas em Angola encontrava muitos constrangimentos na entrega aos consumidores finais por falta de endereços certos de alguns clientes, pois ainda existem, em Luanda e em todo o país, zonas

não urbanizadas, o que fazia com que algumas encomendas regressassem a Portugal, por dificuldade em identificar o endereço dos clientes.

Uma das minhas missões, depois de tudo constatar, foi procurar um mecanismo legal que ajudasse a resolver ou a contornar essa dificuldade, de modo a satisfazer as duas partes.

3.1.4. Proposta de solução para o envio e distribuição de encomendas

3.1.4.1. Meios de pagamento

No que concerne aos meios de pagamento *online* estipulados no portal, conforme mostrei acima, em Angola ainda são poucas as pessoas que têm cartões bancários da rede Visa e os cartões multibanco angolanos não oferecem essas possibilidades de compra internacionais. O outro obstáculo é a burocracia para efetuar as transferências bancárias para o exterior.

Como solução, neste ponto, sugeri três novos meios legais de pagamento que facilitam as transações internacionais de muitos angolanos, para acrescentar aos já existentes:

Western Union;

MoneyGram;

Real transfert.

São agências internacionais que funcionam nos bancos, e que todos os angolanos conhecem e usam com facilidade para as transferências no exterior. Para enviar ou receber o dinheiro do exterior, o cliente só apresenta o seu Bilhete de Identidade ou passaporte para os estrangeiros.

Para todas as compras na Engebook, o cliente pode fazer a escolha do livro, efetuar o pagamento numa dessas instituições financeiras, em nome do diretor, António Malheiro, uma vez que as transferências são feitas em nome individual, indicando o país e o nº de telefone do destinatário, e enviar o comprovativo de pagamento no *e-mail* indicado no site.

A informação dessa possibilidade através dos *mails* de todos os clientes angolanos gerou resultados satisfatórios, como o testemunham alguns *mails* (Anexo 3).

3.1.4.2. Envio e distribuição de encomendas

No que diz respeito ao envio e distribuição de encomendas em Angola, negocieei com uma livraria angolana, a *Chi Criativa*, sediada em Luanda, no sentido de esta vir a servir de ponto de receção e entrega das encomendas aos consumidores finais que efetuam as suas compras *online*. O que significa que não será mais necessário enviar a encomenda em nome do cliente, mas sim informá-lo de que terá de levantar a sua encomenda na *Tchi Criativa*, o que evita que as encomendas regressem a Portugal. A *Publindústria* fica a pagar 10% do valor de cada encomenda à *Chi Criativa*. Esta solução já deu frutos durante o período em que estive a estagiar.

3.1.5. Contactos com os clientes inscritos no *engebook.com*

Grande parte dos negócios da *Publindústria* é feita via internet, pelo que o meu primeiro contacto com os clientes angolanos foi através do *www.engebook.com/backoffice*. A partir de uma área reservada do *site*, onde apenas se consegue entrar mediante o uso de uma palavra-passe, tinha acesso à lista de todos os clientes registados no portal com todas as suas informações, incluindo os países de onde efetuaram o registo. No que me diz respeito, e segundo as ordens recebidas, consagrei-me somente aos clientes angolanos. Primeiro, comecei por inventariar todos os nomes, os endereços eletrónicos e as profissões para poder individualizar os contactos e as mensagens. O passo a seguir foi o de preparar uma carta com uma mensagem cativante cujo objetivo era incentivar a compra de livros ou a assinatura de revistas, sugerindo algumas propostas de oferta de revistas publicadas pela editora, bem como descontos na compra de livros. Por fim, apresentei, ainda, as novas modalidades no processo de pagamento e de levantamento de livros. Sabemos, através de *mails* recebidos, que a mensagem foi recebida com grande

satisfação (Cfr. Anexo 3, II). Note-se que a intenção não era apresentar a *Publindústria*, pois eles, como inscritos na *engebook.com*, já a conheciam.

3.1.6. Encontro de novos clientes e possíveis autores e/ou articulistas angolanos

A conquista do mercado angolano de livros técnicos foi, e continua a ser, um dos grandes objetivos da *Publindústria*. Por isso, a minha tarefa foi, através do meu *savoir faire*, a busca de novos clientes e a manutenção dos já existentes. Para responder a essa expectativa, comecei por constituir uma lista de escolas técnicas profissionais e de universidades angolanas, procurando reunir o maior número possível de *e-mails* de professores. A seguir elaborei uma mensagem para os professores, na qual apresentei a editora e todas as suas atividades, oferecendo-lhes a possibilidade de editar os seus livros e/ou artigos nas revistas que integram a editora (Anexo 3, III e IV).

O resultado dessa campanha foi a receção de duas teses de mestrado de dois professores universitários angolanos que foram publicadas sob a minha direção. Consegui obter, através dos meus conhecimentos em Angola, os e-mails e os contactos telefónicos de amigos e conhecidos, alguns profissionais, funcionários da ENE – Empresa Nacional de Electricidade, a quem enviei um mail específico com proposta de desconto na compra de qualquer livro em *engebook.com*, e que constitui agora uma base de dados rica para as *newsletters*.

3.1.7. Outras atividades para o mercado angolano

Para lá das atividades acima descritas, fiz outros trabalhos pontuais que se enquadravam no mercado angolano. Participei em todas as reuniões cujos assuntos se relacionavam com o mercado angolano, e era apresentado como pessoa de confiança para o desenvolvimento do negócio editorial da *Publindústria* naquele país. Uma das reuniões foi com o presidente da *Cultivar* (associação de técnicos portugueses de agriculturas tropicais), engenheiro José S. Santa Comba, que cedeu

o direito de comercialização dos seus livros à Publindústria. Entretanto, fui encarregado de fazer um plano de venda dos mesmos em Angola, uma vez que se tratava de manuais de agricultura tropical. O plano de vendas elaborado só poderá ser aplicado com a minha presença em Angola. Conhecendo a realidade do meu país, e tratando-se de assuntos de muita responsabilidade, a minha presença no terreno é imprescindível, pelo que está combinado continuar com o projeto quando terminar os meus estudos. Eis como está planificada esta tarefa:

Plano para a comercialização de manuais da CULTIVAR em angola

Editora - Cultivar

Distribuidora - Publindústria, Lda

Agente - Michel Kanianga

Estratégia de comercialização:

- Oferta de uma coleção de manuais ainda não esgotados às Direções Provinciais de Agricultura e às Escolas Profissionais de Agricultura;
- Exposição dos manuais da CULTIVAR nas principais livrarias de Angola;
- Participação nas feiras e exposições agrícolas com uma amostra de manuais;
- Angariação de patrocínios junto do Ministério da Agricultura, Governos Provinciais e Banca, para reeditar e distribuir gratuitamente os manuais aos agricultores e aos profissionais de agricultura.

Angola é um país com condições excepcionais para a agricultura e para atingirmos o objetivo traçado. Assim, entendi ser necessário, com a ajuda do engenheiro J. S. Santa Comba, seleccionar as seguintes entidades e empresas para os possíveis contactos:

1. Direções Provinciais de Agriculturas
 - 1.1 Direção Provincial de Agricultura do Huambo
 - 1.2 Direção Provincial de Agricultura da Lunda Norte
 - 1.3 Direção Provincial de Agricultura de Malange
 - 1.4 Direção Provincial de agricultura do Uige

- 1.5 Direção Provincial de agricultura do Kuanza Norte
- 1.6 Direção Provincial de Agricultura de Benguela
- 1.7 Direção Provincial de Agricultura do Bengo
- 1.8 Direção Provincial de Agricultura do Namibe
- 1.9 Direção Provincial de Agricultura de Cabinda
- 1.10 Direção Provincial de Agricultura da Huila

2. Bancos

- 2.1. Banco de Desenvolvimento de Angola (BDA)
- 2.2. Banco Sol
- 2.3. Banco Keve
- 2.4. Banco de Comércio e Indústria (BCI)
- 2.5. Banco BIC
- 2.6. Banco Angolana de Investimento BMF (BAI)
- 2.7. Banco Comercial do Huambo (BCH)

3. Projetos de Agricultura

- 3.1. Projeto Kukala Kumoxi, Sociedade de Desenvolvimento do Polo Agrícola de Kapanda (Malage)
- 3.2. Projeto Kakanda (Dundu)

3.2. Os novos negócios: a marca *MyBook*

Editar é um negócio e possui as características de todos os negócios [...] Os objetivos de qualquer negócio são determinados pela maneira como a empresa é financiada ou conforme sua propriedade. (UNESCO,1992: 22).

No dia da minha entrevista para a admissão no estágio, o Diretor Geral da *Publindústria* informou-me do que esperava de mim durante o estágio. Ficou

também acordada uma colaboração posterior. Para um melhor enquadramento de todos os assuntos, fomos mantendo contacto via *e-mails*, antes mesmo do início do estágio. Dos novos negócios na carteira da *Publindústria*, foi-me incumbido o desenvolvimento do denominado *MyBook*, uma marca da editora que aguardava uma oportunidade para ser incrementada. Trata-se de um negócio que consiste em os autores financiarem as suas próprias obras com o apoio editorial da *Publindústria*. As obras podem ser de investigadores independentes ou, como no caso por mim tratado, resultado da investigação de técnicos, teses de Mestrado e de Doutoramento, e fascículos de professores e formadores nos diversos níveis de aprendizagem. O negócio apresenta vários modelos de acordo com as necessidades dos autores.

3.2.1. Modelos de MyBook

3.2.1.1. MyBook, modelo 1: Solução Digital + Print-On-Demand

A impressão digital a pedido, conhecida como Print-on-Demand (POD) permite produzir apenas dezenas de exemplares e revela-se muito competitiva «para tiragens mínimas de formato e qualidade padrão. A sua função mais importante é ampliar o tempo de vida dos títulos que hoje seria demasiado caro reimprimir» (ZAID, 2008: 178).

Na Solução Digital + *Print-On-Demand*, o autor tem ao seu dispor um pacote de serviços de gestão, produção gráfica, promoção e distribuição da obra no formato impresso e no formato *e-book*. A impressão dos livros é feita de acordo com as necessidades do autor (em pedidos mínimos de 50 exemplares).

Os serviços associados a este modelo são:

- Gestão do Depósito Legal e ISBN;
- Capa e contracapa personalizadas;
- Paginação gráfica;
- Paginação em *ePub* (edição *e-book*);
- Revisão editorial de textos;

- Impressão de 50 exemplares;
- Distribuição da obra impressa nos pontos de venda nossos parceiros;
- Publicação nos canais de distribuição de *e-books*, com disponibilidade a nível global;
- Promoção e *Marketing*.

3.2.1.2. MyBook , modelo 2: Solução Print-On-Demand

Na Solução *Print-On-Demand*, o autor tem ao seu dispor apenas o pacote completo de serviços de apoio à edição no formato impresso.

Os serviços associados a esse modelo são:

- Gestão do Depósito Legal e ISBN;
- Capa e contracapa personalizadas;
- Paginação em *ePub* (edição *e-book*);
- Revisão editorial de textos;
- Publicação nos canais de distribuição de *e-books*, com disponibilidade a nível global;
- Promoção e *Marketing*.

3.2.1.3. MyBook, modelo 3: Solução Digital

Na *Solução Digital*, o autor tem apenas ao seu dispor o pacote completo de serviços de apoio à edição no formato *e-book*.

Os serviços associados a esse modelo são:

- Gestão do Depósito Legal e ISBN;
- Capa e contracapa personalizadas;
- Paginação em *ePub* (edição *e-book*);
- Revisão editorial de textos;
- Publicação nos canais de distribuição de *e-books*, com disponibilidade a nível global;

- Promoção e Marketing.

3.2.2. Condições comerciais e editoriais de MyBook

Na versão impressa da *MyBook*, a *Publindústria* tem uma comissão de 45% sobre os preços de capa, na venda e distribuição nos pontos de venda dos seus parceiros e 43% com IVA incluído, na versão *e-book*, na venda e publicação nos canais de distribuição de *e-books*.

A *MyBook* reserva-se o direito de publicar apenas os títulos que tenham compatibilidade com a sua linha editorial, em qualquer tipo de modelo.

3.3. Produção editorial: da ideia ao produto final

Na produção editorial, tive a responsabilidade de coordenar e acompanhar todo o processo editorial dos dois primeiros livros de estreia sob a chancela *MyBook*. Os livros produzidos são duas teses de Mestrado, resultado da abordagem que fiz junto dos professores angolanos, na perspetiva de alcançar novos mercados e novos autores. Todo o processo editorial, nomeadamente *briefing* com os autores, contrato de edição, calendarização, controlo de custos de produção, pedidos de ISBN e Depósito Legal, *designer*, revisão, impressão e promoção, foi feito sob a minha coordenação.

O processo editorial compreende o trabalho de edição de um livro, desde a receção do manuscrito até a sua publicação. Neste ponto, irei abordar, etapa por etapa, de forma prática, o trabalho de revisão do manuscrito, a colaboração com o *designer*, pedidos de orçamento, Depósito Legal, ISBN, identificação de CDU e a catalogação da *Publindústria*.

O revisor de provas (daqui por diante só revisor) teria por incumbência o cotejo da prova com o original sem compromisso com o conteúdo do texto e limitado apenas aos erros tipográficos. Apesar de manter em seus quadros preparadores de originais e outros profissionais que permitiram que assim fosse considerado o trabalho do revisor, a editora, voltada para a qualidade do

produto que põe no mercado, tem uma expectativa que vai mais além. (Pinto, 1993: 125)

No contexto *MyBook*, o processo editorial engloba também a avaliação dos custos de edição que estão a cargo do autor. Com efeito, antes de entregar o original para a paginação, realizei duas reuniões para pedir orçamentos: primeiro, com a empresa Gigante, e a seguir com o *designer* da *Publindústria*. Depois de comparar os dois orçamentos, adotei a proposta da *Publindústria*, mais de acordo com o resultado pretendido. O trabalho de produção dos dois livros foi realizado durante o mesmo período, razão pela qual se expõe em conjunto o que é trabalho comum aos dois, apresentando-se em separado os aspetos técnicos de cada um e as particularidades conferidas pelas características únicas de cada autor e de cada obra.

3.3.1. Direitos de autor e contratos de edição da *MyBook*

Um contrato de edição «é uma formalidade jurídica através da qual o autor de uma obra intelectual do domínio literário, científico ou artístico concede a outrem, nas condições nela estipuladas ou previstas na lei, o direito que possui sobre a sua obra, nomeadamente a autorização para ele produzir por conta própria um determinado número de uma obra ou conjunto delas, assumindo essa parte a obrigação de os distribuir e vender» (Faria e Pericão 2008: 312).

Os direitos de autor são celebrados num contrato de edição (Anexo 2) após a aprovação da obra submetida à *Publindústria*. Existem casos em que a *Publindústria* encomenda uma obra a professores ou a especialistas propondo o tema para o efeito. O valor definido no contrato de edição varia entre 8 a 15 % do valor de venda da capa, sem contar os livros que serão dados a título de publicidade.

No caso dos dois livros que editei, no âmbito do meu estágio, não foi possível elaborar um contrato de edição, nem falar dos direitos de autor, pois o modelo *MyBook* é uma edição do autor feita com apoio editorial da *Publindústria*. Para tal propus um outro tipo de contrato que denominamos Contrato de Distribuição e

Venda, no qual o autor terá 30% sobre o preço da capa, em qualidade de autor/editor, 35% para a Pubblindústria pelos serviços disponibilizados, nomeadamente o armazenamento e uso dos seus canais de distribuição, e 35% para as distribuidoras livrarias, Fnac, hipermercados, etc.

3.3.2. Design e produção gráfica

A *Pubblindústria* tem um Gabinete de Design, assegurado por dois designers, que efetua todos os trabalhos da empresa, quer no que se refere a livros, quer no que diz respeito a revistas. No entanto, nos momentos em que o volume de trabalho ultrapassa a capacidade produtiva dos designers da casa, a empresa subcontrata, para auxiliar nas tarefas necessárias, serviços externos, pagos consoante o preço combinado. Esta foi a razão pela qual me foi dada autorização para pedir orçamentos de paginação, antes de tomar uma decisão definitiva em relação a quem ficaria encarregado do design editorial das obras a publicar.

3.3.3. Marketing e distribuição do livro

Como venho a dizer desde o início deste relatório, a *Pubblindústria* tem uma estrutura interna forte e coesa, fruto de uma longa experiência. Geralmente, depois de o livro ser enviado para a impressão, o editor estabelece um plano de marketing que inclui a colocação de todas as informações importantes no portal da *Engebook*, e procura entre as revistas qual a que se enquadra no tema do livro publicado, de forma a anunciar o seu lançamento, bem como trata do envio de uma *newsletter* a todos os contactos de base de dados. Essa *démarche* não foi posta de lado no que concerne aos livros por mim editados:

— preparei uma mensagem, com a ajuda dos colegas, que enviei a todos os professores e estudantes angolanos da minha lista *Pubblindústria*, apresentando novamente a editora, a livraria *online* e a minha profissão. A seguir, expliquei o meu desafio de editar os autores angolanos, professores e profissionais, mostrando as capas e fichas técnicas dos dois livros editados;

- preparei *newsletters* com a capa e ficha técnica, anunciando a saída do livro, que entreguei ao autor do livro para distribuir pelos seus contactos;
- usei todas as redes sociais para comunicar a saída do livro e a data do lançamento em Angola.

3.3.4. Os registos: ISBN, Depósito Legal, CDU e *Engebook*

3.3.4.1. ISBN

O ISBN - International Standard Book Number – é um sistema implementado em Portugal desde 1988, pela Agência Nacional de ISBN sediada na APEL (Associação Portuguesa de Editores e Livreiros). O sistema é internacional, e padronizado para identificar numericamente os livros segundo o título, o autor, o país, e a editora, por cada edição. Em Portugal e para os PALOP este código de treze dígitos, subforma de código de barras, é atribuído pela APEL. Não é obrigatório por lei, pelo que a participação é voluntária (NEVES et al., 2008, p.7)

A Publindústria é sócio da APEL com o seu código de editor e um prefixo de ISBN. O pedido do ISBN é feito, segundo o costume da editora, depois da revisão e quando a obra a publicar já se encontra na fase final. Depois de efetuar o primeiro pedido com a ajuda da Ana Catarina Pinho fiquei encarregado de todos os pedidos de ISBN dos livros físicos, e dos e-books.

O registo é feito num formulário disponível *online* no portal da APEL. Nele devem preencher-se algumas informações obrigatórias, nomeadamente o nome do autor, título do livro, nome da editora, o correio eletrónico da editora ou da pessoa que preenche o formulário, número de sócio, se a editora for sócia da APEL, o prefixo da editora e o suporte do livro. De imediato, recebe-se uma mensagem automática que acusa a receção do pedido e assegura a sua satisfação no mais curto prazo de tempo (Anexo 5). Se o suporte for impresso, tem de se especificar as referências sobre tipo de capa (dura ou mole) e definir outros formatos do livro (e-book, CD-ROM, DVD, etc.). Para cada formato deve preencher-se um formulário diferente.

O número do ISBN é enviado no *e-mail* da editora ou da pessoa que preencheu o formulário, acompanhado de um formulário de recolha de dados, em pdf (Anexo 5), que será preenchido e remetido para a APEL.

A partir de 1 de janeiro de 2015, a APEL começou a cobrar este serviço, seguindo práticas e procedimentos que já vigoram em inúmeros outros países.

3.3.4.2. O Depósito Legal

O Depósito Legal (DL) traduz-se na obrigação internacional regulada que cada editor ou produtor tem, no sentido de registar a documentação por si produzida numa instituição designada para esse efeito, normalmente gerido pelas bibliotecas nacionais. Este mecanismo constitui-se como um indicador que permite aferir o volume de obras impressas e publicadas anualmente (NEVES et al., 2008, p.8).

O pedido do número de Depósito Legal é feito *online*, no portal da Biblioteca Nacional, e o número é atribuído no mesmo dia (Anexo 9).

3.3.4.3. CDU

A CDU (Classificação Decimal Universal) é um sistema de informação documental mais utilizado internacionalmente para a indexação e recuperação por assunto em sistemas de informação bibliográfica.

Normalmente utilizado nas bibliotecas, serve para indicar o assunto ou assuntos que o livro trata, podendo pertencer a várias categorias ao mesmo tempo (ALMEIDA et al., 2005). Para tal, fiz pesquisa no portal da Biblioteca Nacional e em outros sítios, incorporando o livro na família e subfamília adequadas. Ao procurar o número, tem de se indicar o grupo e subgrupo do livro, tendo em conta o tema e a matéria do livro. A colocação do número de CDU na ficha técnica é só uma obrigação da Publindústria para facilitar a inserção do livro na categoria a que pertence dentro das áreas definidas na livraria digital.

3.3.4.4. Catalogação da *Engebook*

Para lá do ISBN, Depósito Legal e CDU, os livros editados pela *Publindústria* têm, na ficha técnica, uma área de identificação própria que os classificam segundo a família e subfamília da catalogação *Engebook*, para facilitar a sua organização e identificação nas livrarias física e *online*.

3.3.5. Tiragens

A tiragem prevista, numa primeira fase, será, para os dois livros, de 500 exemplares, seguindo o modelo *Print-on-Demand*. A função deste modelo é, como diz ZAID (2008: 178), «ampliar o tempo de vida dos títulos que hoje seriam demasiado caros reimprimir». A primeira impressão foi de 100 exemplares.

3.3.6. Particularidades das obras editadas

3.3.6.1. *Pescaria de Caranguejo Vermelho em Angola – Caso de estudo na costa do Namibe*, de Jeremias António Malheiro



Pescaria de Caranguejo Vermelho de Angola – Caso de estudo na costa do Namibe, são o título e o subtítulo propostos ao autor, em combinação com o engenheiro António Malheiro. O título original da tese era *Contributo para Gestão, Caracterização e Diagnóstico da Situação Actual da Pescaria do Caranguejo Vermelho (Chaceon maritae)*,

na Costa do Namibe-Angola. Julgamos ser um título muito longo e incompreensível, em termos editoriais, pelo que resumimo-lo de forma a chamar a atenção do leitor.

O original deste livro foi-me submetido via correio eletrónico (em versão PDF e Word), em resposta ao pedido feito aquando da divulgação da *Publindústria*, no âmbito da busca de autores angolanos. Depois da receção do ficheiro, e como é costume na editora, enviei uma ficha de proposta de edição ao autor, com os seus dados, a proposta de título, o resumo e a biografia, bem como o público-alvo do livro (Anexo 2).

3.3.6.1.1. Matriz editorial e normalização da obra de Malheiro

Segundo Pinto (1993:13), «os textos didáticos, científicos e afins devem ser submetidos ao rigor da normalização e sofrer as alterações necessárias com vista à coerência, clareza e correção da informação». Nesse sentido, no mundo da edição, é usual as empresas seguirem determinadas regras de estilo, a que, muitas vezes, atribuem nomenclaturas próprias.

O livro editado pela *Publindústria* segue o modelo da matriz editorial existente, quer em formato quer em grafismo. Segui, pois, as regras encontradas, e que constam da Cartilha da Edição (documento elaborado por Joana Morreira durante o seu estágio). Quanto ao Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, e seguindo também a vontade do autor, preferimos usar o de 1945, em uso em Angola, uma vez que o livro é destinado ao mercado angolano.

3.3.6.1.2. Revisão do original, capa e índice da obra de Malheiro

Seguindo as boas práticas, tive o cuidado, antes de enviar o texto para paginação, de realizar três revisões, que a seguir submeti à aprovação do autor, com a reestruturação do título, do índice e de algumas lacunas encontradas no original.

O desenho da capa foi criado com ideia de, à primeira vista, se pensar em Angola: as cores representam as da bandeira da República de Angola. No texto recebido, o índice tinha o carácter de um trabalho académico. Foi, necessário, pois

moldar-lhe a apresentação, tomando-o claro para um público que, espero, não seja apenas o acadêmico. Apresento, de seguida, o índice do original e a forma que assumiu depois de transformado em produto publicável.

ÍDICE DO MANUSCRITO	ÍNDICE ATUAL
<p>1. Introdução</p> <p>1.1. Biologia e ecologia da espécie</p> <p>1.2. Características da costa do Namibe</p> <p>1.3. Dados utilizados</p> <p>2. A pescaria do caranguejo vermelho em Angola .</p> <p>2.1. A situação do recurso</p> <p>2.2. Capturas em quantidade e valor</p> <p>2.3. Legislação</p> <p>2.4. Análise global</p> <p>2.5. Análise SWOT</p> <p>3. Propostas de gestão</p> <p>4. Recomendações</p> <p>5. Referências</p>	<p>Agradecimento</p> <p>Introdução</p> <p>Capítulo 1. Generalidades</p> <p>1.1. Biologia e ecologia da espécie</p> <p>1.2. Características da costa do Namibe</p> <p>1.3. Dados utilizados</p> <p>Capítulo 2. A pescaria do caranguejo vermelho</p> <p>2.1. A situação do recurso</p> <p>2.2. Capturas em quantidade e em valor</p> <p>2.3. Legislação</p> <p>Capítulo 3. Análise global</p> <p>3.1. Análise SWOT</p> <p>Capítulo 4. Propostas de gestão e recomendações</p> <p>4.1. Propostas de gestão</p> <p>4.2. Recomendações</p> <p>Referências bibliográficas</p>

As referências de paginação que apresento no quadro a seguir são as que foram usadas na edição de Pescaria de caranguejo vermelho de Angola.

REFERÊNCIA DA PAGINAÇÃO

Formato do livro: (largura) 170 mm x 240 mm (altura)

- Margem superior: 35 mm
- Margem inferior: 17 mm
- Margem interior: 25 mm
- Margem exterior: 32 mm
- Tamanho da lombada: 4 mm
- Fonte escolhida / Tipo de letra: Neutra Text
- Tamanho de letra: 9 pt
- As hierarquias:
 - o Título: 24 pt
 - o Subtítulo: 20 pt
 - o Capa: 48 pt
- Corpo de texto: 1 coluna
- Tipo de papel: IOR 80 Grs
- Imagens e fotos: Versão em papel: P/B – versão E-book: coloridos

A Ficha Técnica que apresento abaixo, segue a estrutura de todos os livros publicados pela Publindústria.

FICHA TÉCNICA

Autor

Jeremias António Malheiro

Título

Pescaria de Caranguejo Vermelho em Angola – Caso de Estudo na Costa do Namibe

Editora

Publindústria, Edições Técnicas

Praça da Corujeira nº 38 . 4300-144 PORTO

www.publindustria.pt

Distribuidor

Agrobook – Conteúdo Agro-alimentar

Tel. 220 104 872 . Fax 220 104 871

E-mail: apoiocliente@engebook.com .

www.agrobook.pt

Coordenação Editorial

Michel Kanianga

Design

Luciano Carvalho

Impressão

Service Point, Fevereiro 2015

Depósito Legal

388208/15

Copyright © 2015 | MyBook.

MyBook é uma marca da Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida, no todo ou em parte, sob qualquer forma ou meio, seja eletrónico, mecânico, de fotocópia, de gravação ou outros, sem autorização prévia por escrito do autor.

CDU

565 Articulado

565.38 Toracostraca (Caranguejo)

ISBN

978-989-723-112-4 (Papel)

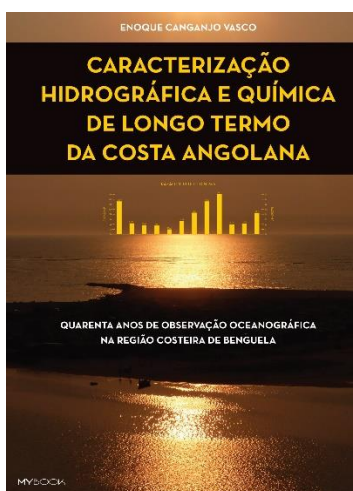
978-989-723-113-1 (E-book)

Engebook – Catalogação da publicação

Família: Agronomia

Subfamília: Indústria da Pesca e do Mar

3.3.6.2. *Caracterização Hidrográfica e Química de Longo Termo da Costa Angolana, de Enoque Canganjo Vasco*



Caracterização Hidrográfica e Química de Longo Termo da Costa Angolana – Quarenta anos de observação oceanográfica na região costeira de Benguela são o título e o subtítulo definitivos propostos ao autor, em combinação com o engenheiro António Malheiro. Tal como aconteceu com a obra de Jeremias António Malheiro, também o original deste livro foi-me submetido via correio eletrónico (em versão PDF e Word), de igual modo como resposta ao pedido feito aquando da divulgação da Publindústria, no âmbito da busca de autores angolanos. O seu título original era *Caracterização hidrográfica e química de longo termo na região costeira de Benguela*.

Depois da receção do ficheiro, e respeitando as normas da Publindústria, enviei uma proposta de edição ao autor, com os seus dados, a proposta de título, o resumo e a biografia, bem como o público-alvo do livro (Anexo 2).

3.3.6.2.1. **Matriz editorial e normalização da obra de Vasco**

Gostaria de salientar que os ficheiros recebidos com a obra de Enoque Canganjo Vasco apresentavam três textos diferentes, o que me levou a constituir um texto único que, depois de devidamente formatado e normalizado, enviei ao autor para a sua aprovação. Este foi um trabalho de editor em toda a sua plenitude, sendo necessário para a sua realização, e no que respeita estritamente ao produto em si, ferramentas de revisão, de edição gráfica e, até, de revisão de texto.

3.3.6.2.2. Revisão do original, capa e índice da obra de Vasco

Depois da escolha e fixação do texto definitivo, realizei diversas revisões do texto. Depois de aprovado pelo autor, seguiu o mesmo para a paginação.

A capa, ao apresentar uma imagem de água e um gráfico, pretende enquadrar o assunto abordado, remetendo quem a visualiza para o estudo científico que essa abordagem e a escrita da obra exigiu.

Também na obra de Enoque Canganjo Vasco, o índice tinha o carácter de um trabalho académico. Tal como aconteceu com o livro de Jeremias António Malheiro, foi necessário adaptar-lhe a apresentação, tornando-o claro para um público fora do círculo académico. A seguir, apresento o índice do original e o resultado da transformação em produto publicável.

ÍNDICE DO MANUSCRITO	ÍNDICE ACTUAL
Resumo	Homenagem
Abstrac	Dedicatória
	Agradecimento
Capítulo I: Introdução	Introdução
	Capítulo I. Caracterização geo-oceanográfica do litoral angolano
1.1. Área de estudo	1.1. Extensão da plataforma e topografia das estações e principais características na região litoral de Angola
1.2. Objectivos	1.2. Dome de Angola
1.3. Caracterização Geral do Atlântico Sul	1.3. Corrente de Angola e Corrente de Benguela
1.4. Caracterização Geo-Oceanografica do litoral angolano e da região de Benguela	1.3.1. Corrente de Angola
1.4.1. Extensão da plataforma e topografia. Estações e principais características na região litoral de Benguela	1.3.2. Corrente de Benguela
	1.4. Interacção Corrente de Angola-

<p>1.4.2. O Dome de Angola</p> <p>1.4. 3. A Corrente de Angola e a Corrente de Benguela</p> <p>1.4.3.1. A Corrente de Angola</p> <p>1.4.3.2. A Corrente de Benguela</p> <p>1.4.4. Interacção Corrente de Angola- Corrente de Benguela</p> <p>1.4.5. Levantamentos hidrográficos realizados em águas da costa angolana</p> <p>1.4.5.1. Cruzeiros com navios estrangeiros</p> <p>1.4.5.2. Alguns resultados já obtidos</p> <p>1.4.5.2.1. Massas de águas na região de Benguela, suas variações sazonais</p> <p>Capítulo II: materiais e métodos</p> <p>2.1. Informatização de todos dados monitorizados (físicos, químicos e meteorológicos) desde 1968 eciação de uma base de dado</p> <p>2.2. Estratégias e condições de amostragem</p> <p>2.2.1. Parâmetros físicos</p> <p>2.2.2. Parâmetros químicos (oxigénio e nutrientes)</p> <p>2.2.3. Cálculo de tendências, anomalias e amplitudes anuais e mensais</p>	<p>Corrente de Benguela</p> <p>1.5. Levantamentos hidrográficos realizados em águas da costa angolana</p> <p>1.5.1. Cruzeiros com navios estrangeiros</p> <p>1.5.2. Alguns resultados já obtidos</p> <p>1.5.2.1. Massas de água na região de Benguela</p> <p>Capítulo 2. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros físico-químicos na estação fixa do Lobito</p> <p>2.1. Variação de longo termo da corrente de superfície, transparência e parâmetros meteorológicos</p> <p>2.2. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros físicos da água do mar</p> <p>2.2.1. Temperatura</p> <p>2.2.2. Salinidade e densidade (sigma-t)</p> <p>2.3. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros químicos</p> <p>2.3.1. Oxigénio dissolvido e percentagem de saturação</p> <p>2.3.2. Nutrientes</p> <p>2.3.2.1. Azoto (NO₃-+ NO₂-)</p> <p>2.3.2.2. Fosfatos (PO₄³⁻)</p>
--	--

<p>Capítulo III: Resultados</p> <p>3.1. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros físico-químicos na Estação Fixa do Lobito</p> <p>3.1.1. Variação de longo termo da corrente de superfície do mar, ventos, temperatura do ar seco e do ar húmido, nebulosidade e transparência da água do mar</p> <p>3.1.2. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros físicos da água do mar</p> <p>3.1.2.1. Temperatura</p> <p>3.1.2.2. Salinidade e densidade (sigma-t)</p> <p>3.1.3. Variabilidade temporal de longo termo dos parâmetros químicos</p> <p>3.1.3.1. Oxigénio Dissolvido e percentagem de saturação</p> <p>3.1.3.2. Nutrientes</p> <p>3.1.3.2.1. Azoto (NO₃⁻ + NO₂⁻)</p> <p>3.1.3.2.2. Fosfatos (PO₄³⁻)</p> <p>3.1.3.2.3. Silicatos (SiO₄⁴⁻)</p> <p>3.1.3.2.4. Razão NO₃⁻+NO₂⁻: PO₄³⁻</p> <p>3.2. Variabilidade sazonal dos parâmetros físicos e químicos na Estação Fixa do Lobito</p> <p>3.2.1. Variação sazonal da corrente de superfície do mar, vento,</p>	<p>2.3.2.3. Silicatos (SiO₄⁴⁻)</p> <p>2.3.2.4. Razão NO₃⁻+NO₂⁻: PO₄³⁻</p> <p>Capítulo 3. Variabilidade sazonal dos parâmetros físicos e químicos na estação fixa do Lobito</p> <p>3.1. Variação sazonal da corrente de superfície do mar, transparência e parâmetros meteorológicos</p> <p>3.2. Variabilidade sazonal dos parâmetros físicos da água do mar</p> <p>3.2.1. Temperatura</p> <p>3.2.2. Salinidade</p> <p>3.2.3. Densidade (sigma-t)</p> <p>3.3. Variabilidade sazonal dos parâmetros químicos da água do mar</p> <p>3.3.1. Oxigénio</p> <p>3.3.2. Nutrientes</p> <p>3.3.2.1. Azoto (NO₃⁻ + NO₂⁻)</p> <p>3.3.2.2. Fosfatos (PO₄³⁻)</p> <p>3.3.2.3. Silicatos (SiO₄⁴⁻)</p> <p>3.3.2.4. Razão NO₃⁻+NO₂⁻: PO₄³⁻</p> <p>3.4. Variação sazonal dos parâmetros à superfície e no fundo, na Estação Quente e na Estação Fria</p> <p>3.5. Comportamento sazonal de dados de satélite de parâmetros físico-químicos na região da Estação Fixa do Lobito e áreas adjacentes para o</p>
--	---

<p>temperatura do ar seco e do ar úmido, nebulosidade e transparência da água do mar</p> <p>3.2.2.Variabilidade sazonal dos parâmetros físicos da água do mar</p> <p>3.2.2.1.Temperatura</p> <p>3.2.2.2.Salinidade</p> <p>3.2.2.3.Densidade (sigma-t)</p> <p>3.2.3.Variabilidade sazonal dos parâmetros químicos da água do mar</p> <p>3.2.3.1.Oxigênio</p> <p>3.2.3.3.Nutrientes</p> <p>3.2.3.3.1.Azoto (NO₃⁻ + NO₂⁻)</p> <p>3.2.3.3.2.Fosfatos (PO₄³⁻)</p> <p>3.2.3.3.3.Silicatos (SiO₄⁴⁻)</p> <p>3.2.3.3.4. Razão NO₃⁻+NO₂⁻: PO₄³⁻</p> <p>3.2.4. Variação sazonal dos parâmetros analisados à superfície e no fundo, no Verão e no Inverno</p> <p>3.2.5.Comportamento sazonal de dados de satélite de parâmetros físico-químicos na região da Estação Fixa do Lobito e áreas adjacentes para o período 1985-2007</p> <p>3.2.5.1.Temperatura e clorofila <i>a</i></p> <p>3.3.Distribuição vertical de Parâmetros físicos e químicos</p> <p>3.3.1.Distribuição vertical de</p>	<p>período de 1985-2007</p> <p>3.5.1. Temperatura e clorofila <i>a</i></p> <p>Capítulo 4. Distribuição vertical de parâmetros físicos e químicos</p> <p>4.1. Distribuição vertical de parâmetros físicos</p> <p>4.1.1. Temperatura</p> <p>4.1.2. Salinidade</p> <p>4.1.3. Densidade (Sigma-t)</p> <p>4.2. Distribuição vertical de parâmetros químicos</p> <p>4.2.1. Oxigênio</p> <p>4.2.2. Nutrientes</p> <p>4.2.2.1. Azoto (NO₃⁻ +NO₂⁻)</p> <p>4.2.2.2. Fosfatos (PO₄³⁻)</p> <p>4.2.2.3. Silicatos (SiO₄⁴⁻)</p> <p>4.2.2.4. Razão NO₃⁻ +NO₂⁻ : PO₄³⁻</p> <p>4.3. Correlação entre parâmetros</p> <p>4.3.1. Correlação de longo termo e sazonal entre parâmetros físicos e químicos</p> <p>4.3.2. Correlação sazonal entre parâmetros físico-químicos e os parâmetros meteorológicos</p> <p>Capítulo V. Variabilidade Temporal de longo termo na estação fixa do Lobito</p> <p>5.1. Variabilidade de longo termo e sazonal da corrente de superfície, transparência e parâmetro</p>
---	---

<p>parâmetros físicos</p> <p>3.3.1.1.Temperatura</p> <p>3.3.1.2.Salinidade</p> <p>3.3.1.3.Densidade (Sigma-t)</p> <p>3.3.2.Distribuição vertical de parâmetros químicos</p> <p>3.3.2.1.Oxigênio</p> <p>3.3.2.2.Nutrientes</p> <p>3.3.2.2.1.Azoto (NO₃-+NO₂-)</p> <p>3.3.2.2.2.Fosfatos (PO₄³⁻)</p> <p>3.3.2.2.3.Silicatos (SiO₄)</p> <p>3.3.2.2.4.Razão NO₃-+NO₂-: PO₄³⁻</p> <p>3.4.Correlação entre parâmetros</p> <p>3.4.1.Correlação de longo termo e sazonal entre parâmetros físicos e químicos</p> <p>3.4.2.Correlação sazonal entre parâmetros físico-químicos e os parâmetros meteorológicos</p> <p>Capítulo IV: Discussão</p> <p>4.1.Variabilidade temporal de longo termo na Estação Fixa do Lobito</p> <p>4.1.1Variabilidade de longo termo e sazonal da corrente de superfície, vento, temperatura do ar seco e do ar húmido, nebulosidade e transparência</p> <p>4.2.Variabilidade temporal de longo termo, sazonal e vertical dos parâmetros físico-químicos</p>	<p>meteorológicos</p> <p>5.2. Variabilidade temporal de longo termo, sazonal e vertical dos parâmetros físico-químicos</p> <p>5.2.1. Temperatura, salinidade e densidade (sigma-t)</p> <p>5.2.1.1. O El Niño de Benguela</p> <p>5.2.1.2. Variabilidade Vertical</p> <p>5.3. Variabilidade de longo termo, sazonal e vertical de oxigênio e nutrientes</p> <p>5.3.1. Oxigênio</p> <p>Conclusão</p> <p>Bibliografia</p> <p>Anexos</p>
--	--

<p>4.2.1. Temperatura, salinidade e densidade (sigma-t)</p> <p>4.2.1.1. O El Niño de Benguela</p> <p>4.2.1.2. Variabilidade Vertical</p> <p>4.3. Variabilidade de longo termo, sazonal e vertical de oxigénio e nutrientes em função dos parâmetros físicos</p> <p>4.3.1. Oxigénio</p> <p>4.3.2. Nutrientes</p> <p>Conclusões</p> <p>Bibliografias</p> <p>Anexos</p>	
---	--

Abaixo seguem as referências da paginação do livro *Caracterização Hidrográfica e Química de Longo Termo na Costa Angolana*.

REFERÊNCIAS DA PAGINAÇÃO
<p>AOLP: Manter o antigo Acordo Ortográfico em uso em Angola (1945)</p> <p>Formato do livro: (larg) 170 mm x 240 mm (alt)</p> <p>Margem superior: 15 mm</p> <p>Margem inferior: 18 mm</p> <p>Margem interior: 30 mm</p> <p>Margem exterior: 15 mm</p> <p>Tamanho da lombada: 4 mm</p> <p>Fonte escolhida / Tipo de letra: Neutra Text</p> <p>Tamanho de letra: 10 pt</p> <p>As hierarquias:</p>

Título: 29 pt
Subtítulo: 13 pt
Capa: 32 pt
Corpo de texto: 1 coluna
Tipo de papel: IOR 80 Grs
Imagens e fotos: Versão em papel: P/B – versão E-book: coloridos

A Ficha Técnica do livro *Caracterização Hidrográfica e Química de Longo Termo na Costa Angolana* é a seguinte:

FICHA TÉCNICA

Autor

Enoque Cangajo Vasco

Título

Caracterização Hidrográfica e Química de Longo Termo na Costa Angolana – Quarenta anos de observação oceanográfica na região costeira de Benguela Editora

Publindústria, Edições Técnicas

Praça da Corujeira nº 38 . 4300-144 PORTO

www.publindustria.pt

Distribuidor

Agrobook – Conteúdo Agro-alimentar

Tel. 220 104 872 . Fax 220 104 871

E-mail: apoiocliente@engebook.com .

www.agrobook.pt

Coordenação Editorial

Michel Kanianga

Design

Luciano Carvalho

Impressão

Service Point, agosto 2015

Depósito Legal

396543/15

Copyright © 2015 | MyBook.

MyBook é uma marca da Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida, no todo ou em parte, sob qualquer forma ou meio, seja eletrónico, mecânico, de fotocópia, de gravação ou outros, sem autorização prévia por escrito do autor.

CDU

551.46 Oceanografia

551.464 Química física da água do mar

ISBN

978-989-723-142-1 (Papel)

978-989-723-142-8 (E-book)

Engebook - Catalogação da publicação

Família: Ambiente

Subfamília: Água

4. Balanço do trabalho efetuado

A última parte deste relatório é consagrada ao balanço de vários aspetos, positivos e negativos, vividos durante os quatros meses de estágio. Os aspetos a salientar nesta experiência profissional podem ser agrupados em dois conjuntos principais: o das competências adquiridas para a minha carreira no mercado de trabalho e o das dificuldades encontradas.

Ao escolher o estágio, em vez de tese ou projeto, para a conclusão do Mestrado em Estudos Editoriais, tive consciência do trabalho e das dificuldades que me esperavam. O objetivo desta escolha era o de conhecer um modelo de mercado editorial diferente daquele onde costumo trabalhar, nomeadamente o mercado editorial português, seu funcionamento, sua expansão e suas especificidades. Queria conhecer *in loco* as editoras portuguesas e a forma como conseguem otimizar recursos num mercado com muitos concorrentes. Na *Publindústria*, pude satisfazer esta necessidade de conhecimento. Acrescentei, por outro lado, mais uma especialidade à minha experiência no mundo da edição: a do livro técnico. Antes de iniciar o meu estágio, eu conhecia todo o processo editorial, desde a receção do manuscrito até ao lançamento do livro, pois, como disse no início do relatório, a minha atividade profissional, através da qual pude acionar os mecanismos que me permitiram frequentar este mestrado, é a de editor. Com as primeiras aulas do mestrado, apercebi-me de que ainda me faltavam muitos conhecimentos e de que o estágio constituiria uma boa oportunidade para confrontar a teoria com a prática e para explorar novas tarefas da atividade editorial.

Um dos aspetos que aprendi a valorizar desde o primeiro dia do estágio é a organização. Trata-se da organização em todos os seus aspetos: organização de livro na livraria e no armazém para facilitar uma localização rápida através de um *software* apropriado, organização enquanto empresa com várias áreas e vários modelos de negócio e organização de cronograma na edição de um livro. Essa última permite que o editor, em estreita colaboração com o *designer*, consiga determinar o prazo de saída de um livro.

O meu estágio na *Publindústria* constituiu, também, a primeira vez em que trabalhei numa organização que executa grande parte das suas ações *online*. Embora os primeiros dias não se tenham afigurado fáceis para conhecer todo o sistema de *backoffice*, consegui, com a ajuda e colaboração dos colegas, ultrapassar as dificuldades e resolver os assuntos principalmente ligados ao mercado angolano.

No que concerne ao mercado de livros técnicos, posso dizer que consegui perceber as dificuldades encontradas e a forma como se conseguem os meios financeiros para produzir os livros e fazê-los chegar aos consumidores finais. Descobri que, quando a despesa de produção de um livro é elevada e a matéria tratada muito interessante, a editora recorre às empresas cuja área de negócio se relaciona com a matéria tratada na obra, no sentido de angariar apoios que permitam a sua edição. Em contrapartida, coloca o logótipo do patrocinador na contracapa do livro ou na ficha técnica. Tenho a certeza de que essa estratégia, que me era desconhecida, pode também ter êxito no mercado editorial angolano. O estágio, sem dúvida, acrescentou muito aos meus conhecimentos e deu-me as ferramentas necessárias para assumir liderança e trabalhar em qualquer tipo de editora.

Ao longo deste estágio, consegui compreender as profissões ligadas ao livro de um ângulo diferente do que estava habituado. Através dos esforços da *Publindústria* para desenvolver diferentes projetos em diferentes países, descobri que tudo depende da visão estratégica do líder e do empenho dos funcionários para alcançar o resultado esperado. O sistema *print-on-demand*, em uso na *Publindústria*, é uma realidade que, aplicada na minha editora em Angola, poderá resolver o problema de armazenamento e de despesas inúteis para a instituição.

As dificuldades encontradas no que concerne ao mercado angolano eram de ordem administrativa e comunicacional. Sendo Angola um país menos avançado no comércio *online*, as empresas que só vendem por este meio não conseguem alcançar os resultados esperados. Como angolano, consegui dar solução a alguns problemas encontrados, nomeadamente em relação aos contactos com as universidades e escolas profissionais, disponibilizando *e-mails* de professores e

profissionais. Este é um problema que se mantém por não haver uma grande cultura *online* por parte do angolano comum. A compra e o pagamento a distância, bem como o destino da encomenda, também foram problemas encontrados que solucionei, sugerindo outros meios legais de pagamento e um endereço único como ponto de levantamento de todas as encomendas.

Apesar de tudo, o contacto físico com o produto e o local de venda ainda é preferível para a maior parte de consumidores angolanos, pelo que sugeri um eventual ponto de venda com um responsável que pode facilitar esse contacto. O mesmo se aplica na comunicação com os professores e técnicos que constituem o mercado alvo da editora, pelo que ficou combinado eu continuar com esse trabalho quando estiver em Angola.

Ao longo de quatros meses, observei o funcionamento das áreas de produção, de venda e de relações públicas, que trabalham no mesmo escritório onde fui colocado. Para lá do trabalho específico de cada um, consegui compreender a forma como os funcionários do escritório da *Engebook* trabalham em estreita colaboração, ficando até, por vezes, sem saber distinguir as tarefas de cada um deles. Por outro lado, as relações humanas entre os funcionários do escritório e os das outras áreas, independentemente da atividade exercida, são saudáveis, o que fez com que me sentisse à vontade no seio da empresa e conseguisse, com o diretor geral da *Publindústria*, projetar alguns novos negócios no mercado angolano. Daqui em diante, sou um elo de ligação da *Publindústria* com o mercado de Angola, agilizando todo o processo de edição referente ao meu país, tanto no que se refere a vendas, como no que se refere ao contacto com autores ou articulistas para as várias revistas editadas.

5. Conclusão

A título de conclusão é sempre importante evidenciar a questão do futuro do mercado editorial angolano, do livro técnico e de como as editoras farão para satisfazer a necessidade do público angolano. Falando desta questão, convém referir o desenvolvimento económico que o país conheceu nestes últimos dez anos e o esforço do governo angolano na promoção da cultura, através do Ministério da Cultura que fez aprovar a Política Cultural de Angola (Diário da República, I série, nº 6, de 11 de janeiro de 2011), e a Política Nacional do Livro e da Promoção da Leitura (Diário da República, I Série nº 196, de 24 d maio de 2011), ambas oferecendo um lugar importante à leitura e ao livro. A isenção de taxas alfandegária para os livros técnicos, científicos e dicionários, bem como a redução da mesma nos restantes livros, oferecem uma oportunidade aos operadores económicos estrangeiros que queiram investir em Angola na área do livro, da indústria gráfica e outras áreas afins.¹

O mercado livreiro angolano e, sobretudo, o de livros técnicos, precisa de investidores portugueses que, além de editarem obras de autores portugueses e traduções, possam também editar os escritores de Angola. Acredito no *savoir faire* dos autores angolanos em todas as áreas do saber e na sua capacidade de produzir conhecimento.

O meu estágio permitiu uma outra satisfação: por um lado, recebi ensinamentos acerca de novas técnicas editoriais e mercados internacionais; por outro, dei informação à editora sobre o mercado angolano, fornecendo-lhe todas as pistas possíveis para que possa desenvolver as suas atividades nesse mercado.

O Ministério da Cultura, ao enviar-me para fazer o Mestrado em Estudos Editoriais, na Universidade de Aveiro, sabia da dificuldade que têm os seus quadros nessa área e da oportunidade que o curso oferece para a melhoria dos trabalhos desenvolvidos, pelo que tudo que aprendi, tanto no estágio, como nas aulas, será

¹ <http://www.alfandegas.gv.ao/Files/Legislacoes/pauta-aduaneira2013.pdf>

posto em prática para o bem da sociedade angolana, cuja literatura e livros constituem meios privilegiados para a disseminação de ideias, transmissão de valores, conhecimentos e experiência, bem como para o estímulo à criatividade (Política Cultural de Angola, Diário da República, 2011).

Tendo consciência do trabalho que me espera e da responsabilidade do mesmo, acredito que o futuro de Angola, nomeadamente o do seu mercado editorial, será melhor, para o bem dos angolanos. A contribuição de todos os outros povos do Planeta, sem qualquer discriminação, será bem-vinda.

Bibliografia

- Acordo Ortográfico. 2010. Porto editora. Porto
- ADAMS, Lisa e HEATH, John (2008). *Os livros que lemos: os segredos dos maiores bestsellers da actualidade*. Lisboa: Estrela Polar.
- ALMEIDA, Ana Cristina e SANTOS Manuel (2005). *CDU Classificação Decimel Universal: tabela de autoridade*. Lisboa: BNP.
- BEJA, Rui (2012). *A Edição em Portugal 1970 – 2010. Percurso e Perspectivas*. Lisboa: APEL.
- BOUADJIO, V. (2010). *Tout savoir sur les maisons d'édition*. Beaucozé: Editions écrire aujourd'hui.
- BOUVAIST, Jean Marie (1991). *Pratique et métier de l'édition*. Paris: Cercle de la Librairie.
- AAVV. (2005) Cartilha de edição. 2005. Lisboa: Texto editores
- CEIA, Carlos (2012). *Normas para apresentação de trabalhos científicos*. 9ª edição. Barcarena: Editorial Presença.
- DA SILVA, Marlene (2009). *Contributo para a produção de um livro técnico*. Tese de mestrado. Universidade de Aveiro.
- FILHO, D'Silva (2010). *Prontuário. Erros corrigidos de Português*. Alfragide: Texto editora.
- Furtado, J.A. (2009). *A edição de livros e a gestão estratégica*. Lisboa: Booktailors.
- GISEL, Sapiro. (Coord.) (2009). *Les contradictions de la globalizations editoriale*. Paris: Nouveaux Monde.
- LUPTON, Ellen (2004). *Pensar em tipo: Guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac Naifs.
- MEDEIROS, João Basco. 2002. *Manual de Redação e Normalização textual: Técnicas de Revisão e de Editoriação*. São Paulo, Atlas.
- MEDEIROS, Nuno (2010). *Edição e editores. O mundo do livro em Portugal 1940 – 1970*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- MARTINS, J,M (2005). *As profissões do livro: editores e gráficos, críticos e livreiros*. Porto: Verbo.
- NOGUEIRA, Rodrigo de Sá (1989). *Guia Alfabética de pontuação*. Porto: Clássica editora.

PINTO, Ildete Oliveira (1993). *O livro: manual de preparação e revisão*. São Paulo: Editora Ática.

REBELO, Jaime (1968). *Pontuação e análise sintáctica*. Coimbra: Coimbra editora, limitada.

UNESCO (1992). *O negócio da edição de livros*. (Tradução de The business of book publishing). São Paulo: Editora Atlas.

UNESCO (1992). *Promoção, Vendas e distribuição de livros*. (Tradução de Alton Bomfim Brandão). São Paulo: Editora Atlas.

VENTURA, Helena e CASEIRO, Manuela (2014). *Guia Prático de Verbos com Preposições*. Lisboa: Lidel.

ZAID, Gabriel (2008). *Livros de mais. Ler e publicar na era da abundância*. Lisboa: Temas e Debate

Artigos

DIONÍSIO, Pedro (Coord.) (2012). Estudos do sector de edição e livrarias e dimensão do Mercado da cópia ilegal. IULGLOBAL, APEL. p.116.

GUÉRARD, Stephane. Comment faire un rapport de stage, <http://www.youscribe.com/catalogue/ressources-pedagogiques/education/rapports-de-stage/comment-faire-un-rapport-de-stage-260282>, consultado a 20 de Janeiro de 2015, às 11 horas

NEVES, José Soares e DOS SANTOS, Jorge Alves. 2010. “Edição e comercialização de livros em Portugal: empresas Volumes de negócios e emprego (2000-2008)”. *Um Observatório das Actividades Culturais*. Documento electrónico disponível em www.oac.pt.

NEVES, José Soares, et all. “O sector do livro em Portugal: resultados preliminares de um inquérito em curso”. *VI Congresso português de sociologia*. 25 a 28 de junho de 2008.

Sítios

<http://www.apel.pt/>, sítio da Associação Portuguesa de Editores e Livreiros. Consultado no dia 10 de janeiro de 2015.

<http://www.bnportugal.pt/>, sitio da Biblioteca Nacional de Portugal. Consultado no dia 10 de janeiro de 2015.

<http://www.engebook.com/>, sítio da Publindústria e marca editorial para o comércio eletrónico de conteúdos de engenharia e gestão. Consultado no dia 05 de abril de 2015.

<http://www.priberam.pt/dlpo/consultar.aspx>, dicionárioonline.
Consultado no dia 02 de Abril de 2015.

<http://www.ciberduvidas.com/>, ciber dúvidas de Língua Portuguesa.
Consultado no dia 02 de Abril de 2015.

<http://www.doc-etudiant.fr/Methodologie/Rapport-de-stage/Autre-Exemple-de-bibliographie-de-rapport-de-stage-4283.html>, site de *La Grande Ecole de Commerce et de Management*. Consultado no dia 06 de fevereiro de 2015.

<https://www.uclouvain.be/356839.html>, consultado no dia 08 de janeiro de 2015.

Anexos

Anexo 1: Plano de Estágio

Plano de Estágio (2015/2016)

Estagiário: Michel Kanianga

Âmbito: Gestão Editorial

Contexto: O presente estágio decorre no contexto do Protocolo da Publindústria com a Universidade de Aveiro, Departamento de Línguas e Culturas, Mestrado em Estudos Editoriais.

Orientador na empresa: António Silva malheiro

Monitorização e acompanhamento na empresa: Ana Catarina Pinho

Data de início: 5 janeiro de 2015 | **Data de fim:** 30 abril de 2015

Programa de Estágio

Introdução: A exemplo do que tem sido a prática com outros estagiários, a formação do estagiário decorrerá em contexto real de trabalho e, preferencialmente, sobre matérias inovadoras que estavam na carteira da editora a aguardar oportunidade de concretização, como é o caso.

Níveis de intervenção do Estagiário:

- 1- Mercados
- 2- Novos negócios
- 3- Produção editorial

Plano de ação: O estagiário acompanhará e participará nas reuniões de trabalho que visem dar corpo aos objetivos estratégicos traçados pela editora, no que concerne a mercados e novos negócios.

Atribuições específicas do candidato:

1- Mercados: Criar e implementar uma estratégia de venda para o Mercado Angolano ao nível da logística e da comunicação.

2- Novos negócios: Promover os serviços associados à marca *MyBook* de acordo com o desenho concetual existente.

3- Produção editorial: Acompanhar todo o processo de produção editorial de dois livros: *briefing* com os autores; contrato de edição; calendarização; controlo de custos de produção, pedidos de ISBN e Depósito Legal; *designer*; revisão; impressão e promoção.

Porto, 15 de janeiro de 2015

Anexo 2: Ficha proposta de edição

PROPOSTA DE EDIÇÃO

Pretende editar com a Publindústria? Como proceder?

Envie uma breve sinopse da obra, contendo a seguinte informação para:
a.malheiro@publindustria.pt

Autor(es):

E-mail | Contacto:

Título:

Subtítulo:

Objecto do livro:

Breve descrição da temática do livro:

A quem acha(m) que o livro pode interessar:

Número de páginas (previsão):

Obras concorrentes:

Sobre o autor:

Formação académica:

Experiência profissional:

Obras ou artigos publicados:

Outras referências que entenda(m) serem relevantes:

Anexo 3: Correspondências diversas

Para os clientes registrados no portal Engebook

I

Caro ...

Entro em contacto consigo para lhe agradecer pelo seu registo em engebook.pt, uma marca para a distribuição de livros de engenharia e gestão da *Publindústria*, sediada no Porto.

Editamos e distribuimos publicações periódicas e livros, há quase três décadas. As nossas áreas de especialidade são as engenharias (com enfoque na engenharia civil, mecânica, ambiental, electrotécnica), a agronomia, as energias renováveis, a economia e a gestão. Podemos também ajudá-lo a encontrar os livros das outras editoras que não estiverem disponíveis no nosso *site*, desde que nos envie as referências exactas.

Para facilitar o seu processo de compra, propomos também as seguintes possibilidades, para além das já apresentadas no site:

1. **Real Transfer** (Agência situada nas casas de câmbio NOVO CÂMBIO) na seguinte conta:

Publindustria Prod Comunicação Lda

Banco: Caixa geral de Depósitos

Nº da conta: [REDACTED]; **IBAN:** PT50 [REDACTED]

BIC SWIFT: [REDACTED]

2. **Western Union:** [REDACTED] Porto - Portugal
3. **MoneyGran:** [REDACTED] Porto - Portugal

Editamos as seguintes revistas:

- Manutenção <http://www.revistamanutencao.pt/>;
- Robótica <http://www.robotica.pt/>
- o Electricista <http://www.oelectricista.pt/>;
- Renováveis Magazine <http://www.renovaveismagazine.pt/>;
- Agrotec (com suplementos Pequenos Frutos, Grandes Culturas e Agrobótica) <http://www.agrotec.pt/>;

- TecnoAlimentar <http://tecnoalimentar.pt/>

Pontos de venda da Revista *O Electricista* em Angola

- http://www.oelectricista.pt/?page_id=6300

Todas as encomendas de livros e revistas podem ser levantadas, num prazo estabelecido, no seguinte endereço:

Tchi Criativa, Lda

Rua 21 de Janeiro, Quarteirão C, N° 79^a, 1º andar. (Ref. Rua de Shoprite Morro Bento) **Município de Belas**

Telefone: 00244923409257

Luanda - Angola

Muito obrigado desde já pela atenção.

Michel Kanianga

Comunicação

www.engebook.com

Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão

www.facebook.com/engebook

www.engebook.com | www.engebook.com.br

Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal

comunicacao@engebook.com

II

Bom dia Eng^o ... ,

Agradecemos mais uma vez a sua preferência e a confiança depositada nos conteúdos da Engebook.

Parece-nos que teve algumas dificuldades em concluir a compra de 4 livros, no dia 18, através de transferência bancária.

Pergunto-lhe se houve algum problema no processo de compra que tenha impossibilitado o pagamento. Em todo o caso pode usar as outras possibilidades indicadas no nosso primeiro mail (Western Union, MoneyGran e Real Transfer) para poder proceder à transferência.

Atendendo a que os portes para Angola são elevados, sugiro-lhe também que veja as nossas novidades na área dos e-books (livros eletrónicos), seguindo este link: http://www.engebook.com/nm_pesquisa.php?pesquisa=-20ebook&criterio=5&sem_limite=1 Para além do preço por livro ser 30% mais barato do que o seu correspondente em versão impressa, eles estão isentos de portes pois recebe-os no seu computador. Estão a ter muito boa aceitação por parte dos nossos clientes angolanos.

Fico a aguardar a sua resposta e, caso tenha alguma dúvida, não hesite em contactar-me.

Atenciosamente,

Michel Kanianga

Comunicação

www.engebook.com

Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão

www.facebook.com/engebook

www.engebook.com | www.engebook.com.br

Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal

comunicacao@engebook.com

III

Exmo. Professor ... ,

Entro em contacto consigo para lhe apresentar a *Publindústria*, uma editora portuguesa de livros técnicos, cuja distribuição é feita sob a marca *Engebook* (www.engebook.com).

Editamos publicações periódicas e livros, há quase três décadas. As nossas áreas de especialidade são as Engenharias (com enfoque na engenharia civil, mecânica, ambiental, electrotécnica), a agronomia, as energias renováveis, a economia e a gestão.

Os professores podem adquirir qualquer um dos livros editados por nós ou pelas editoras que distribuímos com 20% de desconto. Caso todos os alunos de uma turma adquiram um título, oferecemos um exemplar gratuito ao professor.

Estamos também disponíveis para editar livros ou manuais de ensino, elaborados pelos professores angolanos, desde que nos contactem e enviem os originais. Além disso, as nossas revistas estão abertas para a publicação de artigos. Temos uma oferta variada na revistas técnicas:

- Manutenção <http://www.revistamanutencao.pt/>;
- Robótica <http://www.robotica.pt/>
- o Electricista <http://www.oelectricista.pt/>;
- Renováveis Magazine <http://www.renovaveismagazine.pt/>;
- Construção Magazine <http://www.construcaomagazine.pt/>;
- Indústria ambiente <http://www.industriaeambiente.pt/>;
- TecnoHospital <http://www.tecnohospital.pt/>;
- Hotelaria e Saúde <http://www.hotelariaesaude.pt/>;
- Agrotec (com suplementos Pequenos Frutos, Grandes Culturas e Agrobótica) <http://www.agrotec.pt/>;
- TecnoAlimentar <http://tecnoalimentar.pt/>;
- Elevare <http://www.elevare.pt/>, com distribuição digital e gratuita.

Podemos enviar-lhe, gratuitamente, em versão digital, uma das nossas revistas, desde que manifesta o interesse em receber.

Pontos de venda da Revista *O Electricista*, em Angola - http://www.oelectricista.pt/?page_id=6300

Todas as encomendas de livros e revistas podem ser levantadas num prazo estabelecido no seguinte endereço:

Tchi Criativa, Lda

Rua 21 de Janeiro, Quarteirão C, N° 79^a, 1º andar. (Ref. Rua de Shoprite Morro Bento) **Município de Belas**

Telefone: 00244923409257

Luanda - Angola

Muito obrigada desde já pela atenção.

Michel Kanianga

Comunicação

www.engebook.com

Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão

www.facebook.com/engebook

www.engebook.com | www.engebook.com.br

Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal

comunicacao@engebook.com

IV

Caro Professor... ,

Por ocasião do início do ano académico de 2015, a *Publindústria*, editora de livros técnicos da área das engenharias e da gestão, e de revistas especializadas, distribuídas pelo Engebook (www.engebook.com), livraria *online*, ofece-lhe um desconto de 20% na compra de qualquer um dos livros editados por ele ou pelas editoras que distribui, e caso todos os alunos de uma turma adquiram um título, oferece um exemplar gratuito ao professor.

Eu sou estudante angolano do Mestrado em Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro, e editor no Instituto Nacional das Indústrias Culturais do Ministério da Cultura. Durante o meu estágio, em Portugal, na referida editora, uma grande referência de livros técnicos em Portugal, consegui negociar alguns projectos virados aos professores e técnicos angolanos, nomeadamente a edição de livros ou manuais escolares, com possibilidade de serem os próprios professores os primeiros beneficiários de grande parte dos direitos de autor.

Neste momento, estamos a editar dois livros de professores angolanos das Universidades Katyavala Bwila – Benguela e Mandume Ya Ndemofayo – Namibe, com previsão de lançamento em maio do corrente ano. Eu acredito que, para lá do petróleo e dos diamantes, temos também cabeças que pensam, desafiando-vos, por isso, a divulgarem a vossa investigação e o vosso conhecimento.

Todas as encomendas de livros e revistas podem ser levantadas num prazo estabelecido no seguinte endereço:

Tchi Criativa, Lda

Rua 21 de Janeiro, Quarteirão C, N° 79^a, 1° andar. (Ref. rua de Shoprite Morro Bento) **Município de Belas**

Telefone: 00244923409257

Luanda - Angola

Melhores cumprimentos.

Michel Kanianga
Comunicação
www.engebook.com
Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão
www.facebook.com/engebook
www.engebook.com | www.engebook.com.br
Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.
Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal
comunicacao@engebook.com

V

Exmo. Professor ... ,

Entro em contacto consigo para lhe apresentar a *Publindústria*, uma editora portuguesa de livros técnicos, cuja distribuição é feita sob a marca *Engebook* (www.engebook.com).

Editamos publicações periódicas e livros, há quase três décadas. As nossas áreas de especialidade são as engenharias (com enfoque na engenharia civil, mecânica, ambiental, electrotécnica), a agronomia, as energias renováveis, a economia e a gestão.

Os professores podem adquirir qualquer um dos livros editados por nós ou das editoras que distribuímos com 20% de desconto. Caso todos os alunos de uma turma adquiram um título, oferecemos um exemplar gratuito ao professor.

Estamos também disponíveis para editar livros ou manuais de ensino, elaborados pelos professores angolanos, desde que nos contacte e envie os originais. Além disso as nossas revistas estão abertas para a publicação de artigos. Temos uma oferta variada em revistas técnicas:

- *Manutenção* <http://www.revistamanutencao.pt/>;
- *Robótica* <http://www.robotica.pt/>
- *O Electricista* <http://www.oelectricista.pt/>;
- *Renováveis Magazine* <http://www.renovaveismagazine.pt/>;
- *Construção Magazine* <http://www.construcaomagazine.pt/>;
- *Indústria ambiente* <http://www.industriaambiente.pt/>;
- *TecnoHospital* <http://www.tecnohospital.pt/>;
- *Hotelaria e Saúde* <http://www.hotelariaesaude.pt/>;
- *Agrotec* (com suplementos Pequenos Frutos, Grandes Culturas e Agrobótica) <http://www.agrotec.pt/>;
- *TecnoAlimentar* <http://tecnoalimentar.pt/>;
- *Elevare* <http://www.elevare.pt/>, com distribuição digital e gratuita.

Podemos enviar-lhe, gratuitamente, em versão digital, um número de algumas das nossas revistas, desde que manifesta interesse em recebe-la.

Pontos de venda da Revista O Electricista em Angola
- http://www.oelectricista.pt/?page_id=6300

Todas as encomendas de livros e revistas podem ser levantadas num prazo estabelecido no seguinte endereço:

Tchi Criativa, Lda

Rua 21 de Janeiro, Quarteirão C, N° 79^a, 1º andar. (Ref. rua de Shoprite Morro Bento) **Município de Belas**

Telefone: 00244923409257

Luanda - Angola

Muito obrigada desde já pela atenção.

Michel Kanianga

Comunicação

www.engebook.com

Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão

www.facebook.com/engebook

www.engebook.com | www.engebook.com.br

Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal

comunicacao@engebook.com

VI

Engenheiro ENE

Estou em Portugal a concluir o meu Mestrado em Estudos Editoriais. No âmbito deste Mestrado, consegui um estágio na *Publindústria*, uma editora portuguesa de livros técnicos, cuja distribuição é feita sob a marca *Engebook* (www.engebook.com), no Porto. Aproveito esta oportunidade para lhe apresentar a editora e convidá-lo a fazer uma inscrição no portal para facilitar a aquisição de livros da sua área.

A *Publindústria* edita publicações periódicas e livros, há quase três décadas. As áreas de especialidade são as engenharias (com enfoque na engenharia civil, mecânica, ambiental, electrotécnica), a agronomia, as energias renováveis, a economia e a gestão.

Tem uma oferta variada na revistas técnicas de seu interesse:

- *O Electricista* <http://www.oelectricista.pt/>;
- *Renováveis Magazine* <http://www.renovaveismagazine.pt/>;
- *Manutenção* <http://www.revistamanutencao.pt/>;
- *Robótica* <http://www.robotica.pt/>

Se precisar de alguns descontos na compra de vários livros contacte-me, que vamos negociar com a editora.

Encontra a revista *O Electricista* para download [aqui](#)

Muito obrigada desde já pela atenção.

Michel Kanianga

Comunicação

www.engebook.com

Engebook - Conteúdos de Engenharia e Gestão

www.facebook.com/engebook

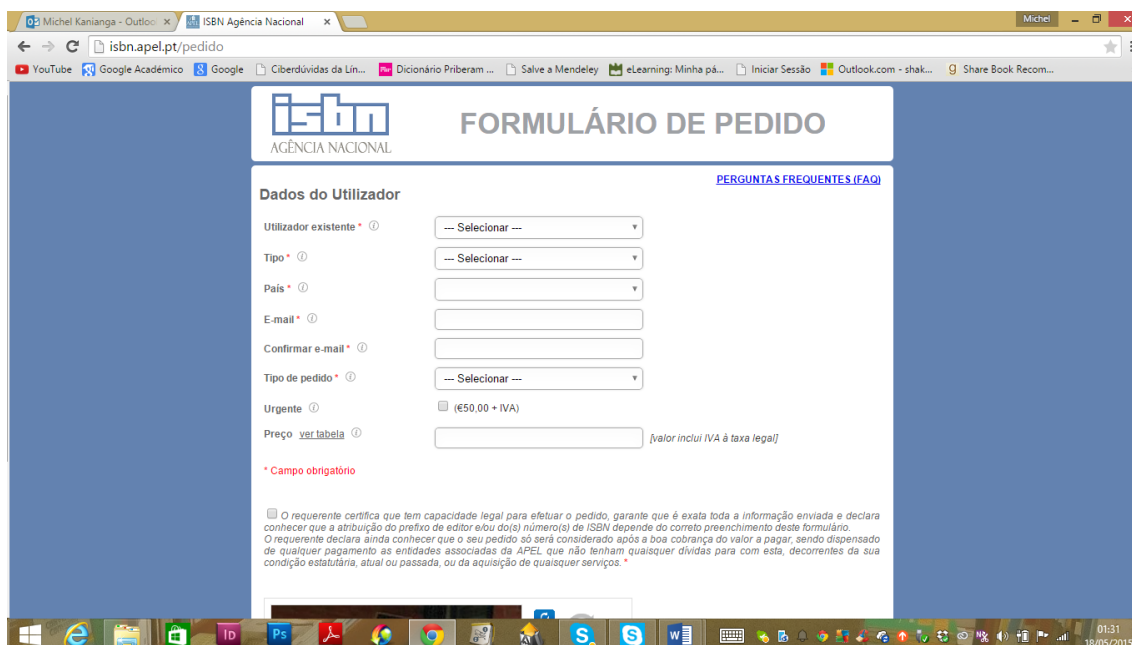
www.engebook.com | www.engebook.com.br

Publindústria, Produção de Comunicação, Lda.

Praça da Corujeira, 38 | 4300-144 Porto | Portugal

comunicacao@engebook.com

Anexo 4: Documentação do ISBN



ISBN

1 de 2

ISBN Agência Nacional - Confirmação Automática

ResponderResponder a todosReencaminhar

Marcar como não lida

Agência Nacional ISBN <isbn@apel.pt>

qua 25-03-2015 13:42

Para:

Michel Kanianga;

Para ajudar a proteger a sua privacidade, parte do conteúdo desta mensagem foi bloqueada. Para reativar as funções bloqueadas, clique aqui.

Para mostrar sempre o conteúdo deste remetente, clique aqui.

Caro editor

O seu pedido foi registado.

A APEL assegura a satisfação de todos os pedidos no mais curto prazo de tempo. A atribuição de prefixo de editor ou de **ISBN** é garantida até ao final do dia útil seguinte ao da entrada do formulário, quando completo, e, no caso de requerentes não associados, liquidado o seu custo.

Tendo sido solicitada urgência, é cobrada uma taxa adicional (aplicável também aos associados da APEL).

Após o processamento, será enviado um novo e-mail contendo o prefixo ou o número

de ISBN solicitado.

DADOS DO UTILIZADOR

Utilizador existente	Sim
Tipo	Pessoa Coletiva (Sócio APEL)
Editor	Michel Kanianga
País	Portugal
E-mail	michelkanianga@ua.pt
N.º sócio	■
Chancela	Não
Prefixo de editor	978-989-723

DADOS DA PUBLICAÇÃO

Título	Maquinagem a Alta Velocidade
Autor	João Paulo Davim Tavares da Silva, António Esteves Correia
Tipo de suporte	Eletrónico
Código de Barras	Não

PREÇO

Urgente	Não
Preço	sem custo

Cumprimentos,
Pedido de atribuição de ISBN

Michel Kanianga

sex 27-03-2015 22:51

Responder Responder a todosReencaminhar
Marcar como não lida

APEL ISBN <isbn@apel.pt>

sex 27-03-2015 16:45

Para:

Michel Kanianga;

Para ajudar a proteger a sua privacidade, parte do conteúdo desta mensagem foi bloqueada. Para reativar as funções bloqueadas, clique aqui.

Para mostrar sempre o conteúdo deste remetente, clique aqui.

Reencaminhou esta mensagem a 27-03-2015 22:51

FolhadeRecolhadeDadosparaISBN.doc96 KB

1 anexo (96 KB) Transferir tudo

Exmos. Senhores

Na sequência do vosso pedido, junto enviamos o número de ISBN solicitado.

Anexamos também a Folha de Recolha de Dados, que deverá ser preenchida e remetida para info.bibliografica@apel.pt, quando a publicação estiver disponível.

Editor: Publindústria

Lista de ISBNs:

978-989-723-125-4; [Título: Maquinagem a Alta Velocidade]; [Autor: João Paulo Davim Tavares da Silva]; [Co-autor(es): António Esteves Correia]; [Suporte: Impresso]; [Formato: Brochado]

Cumprimentos,

35 Palavra-Chave* (Máximo de Três)

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

* PALAVRA QUE IDENTIFICA A OBRA NUMA PESQUISA POR TEMA

36 Ano de escolaridade **37** Disciplina

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

38 CDU (Tabela da Apel)

39 Nível Monográfico

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

40 Resumo/Comentário da Obra (Se exceder as 5 linhas, a APEL reserva-se o direito de efectuar os cortes necessários)

41 Biografia dos Intervenientes (Se exceder as 5 linhas, a APEL reserva-se o direito de efectuar os cortes necessários)

Nota - Deve incluir data e local de nascimento e morte (se fôr o caso)

Instruções para preenchimento

01. ISBN - Inscrever o número ISBN atribuído pela Agência Nacional e que deve estar impresso na obra.
02. PREÇO EUROS - Indicar o preço de venda do livro com o IVA incluído.
03. LÍNGUA DE EDIÇÃO - língua em que o livro está escrito.
04. VERSÃO ORIGINAL - língua em que a obra foi oficialmente escrita.
05. BILINGUE - Considera-se bilingue uma edição que reproduz um texto na sua língua original e uma tradução, habitualmente uma nas páginas pares e a outra nas ímpares.
06. AUTOR - Deve inscrever o nome do autor todo de seguida, isto é, o nome seguido dos restantes apelidos.
07. CO-AUTORES - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
08. ILUSTRADO - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.

09. PREFÁCIO - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
10. COMENTÁRIOS/NOTAS - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
11. COORDENAÇÃO/ORGANIZAÇÃO - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
12. ADAPTAÇÃO - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
13. TRADUÇÃO - Deve seguir-se o mesmo critério utilizado na indicação do autor.
14. TÍTULO - O título deve ser inscrito todo de seguida, devendo os artigos figurar logo no início. Note-se que é na ordem alfabética da primeira palavra inscrita que a obra figurará no índice por títulos.
15. NATUREZA DO DOCUMENTO - Deve ser indicado se o produto é CD-ROM, Disquete, Cassete, PDF, E-BOOK, etc...
16. SUB-TÍTULO - Deve seguir o mesmo critério utilizado para o título. Quando houver mais do que um sub-título, os mesmos deverão ser separados por uma barra (/).
17. Nº DO VOLUME - Indicar qual o número do volume ou do tomo que se trata. Por exemplo, II ou Tomo IV.
18. Nº DA EDIÇÃO - Mencionar o nº da edição (1ª, 2ª, etc.)
19. TIRAGEM - Indicar o número de exemplares tirados. Esta informação é rigorosamente confidencial. Será utilizada para fins estatísticos mas nunca será referida isoladamente.
20. EDITOR - Inscrever o nome do Editor. Quando o editor é o próprio Autor, inscrever: AUTOR.
21. ANO - Ano de publicação indicado no livro.
22. MÊS - Deve ser escrito o mês em que o livro começa a ser comercializado.
- 23./24. /25. /26. TIPO DE CAPA - Assinalar com uma cruz (x) o campo que corresponder ao livro. Se a mesma obra tiver dois tipos de capa deverão ser preenchidas 2 fichas, uma para cada caso.
27. Nº DE PÁGINAS - Indicar o número de páginas. Quando existem duas ordens de numeração, por exemplo, uma em números romanos e outra em árabes, são separados pelo sinal "mais" (+).
28. PESO - O peso deve ser indicado em gramas
29. FORMATO - Indicar em centímetros. Refere-se primeiro a largura e depois a altura.
30. MATERIAL ACOMPANHANTE - No caso da obra ser acompanhada de um CD-ROM, DVD ou qualquer outro tipo de material, inscrever: CD-ROM, DVD, etc.
31. COLECCÃO - No primeiro sub-campo, escrever o nome da colecção a que a obra pertence. Nenhuma indicação deve ser dada se o livro não estiver incluído numa colecção individualizada. Menções como Vária, Diversos, Extra-colecção, etc., são de excluir. No segundo sub-campo, referir o número do volume dentro da colecção quando a colecção for numerada. Os algarismos devem ser colocados à esquerda.
32. TRADUÇÃO DO - deve referir-se a língua donde se fez a tradução do presente livro.
33. OBRA EM - Este campo só deve ser preenchido quando a obra é composta por mais do que um Tomo, Volume ou Fascículo. Se a obra está neste caso mas é vendida volume a volume, deverá ser preenchida uma ficha por cada volume.
34. REQUISITOS MÍNIMOS - Devem ser inscritos os requisitos mínimos necessários para a leitura da obra.
35. PALAVRA-CHAVE - Inscrever 3 palavras que identifiquem a obra numa pesquisa por tema.
36. ANO DE ESCOLARIDADE - Inscrever o ano de escolaridade a que se destina o livro.
37. DISCIPLINA - Indicar a disciplina a que se destina.
38. CDU - Indicar o código do assunto segundo a Tabela que a APEL fornece e que é uma versão abreviada da C.D.U..
39. NÍVEL MONOGRÁFICO - Inscrever se se trata de: monografia, analítico (artigos dentro de revistas), miscelânea (diversos materiais que formem um conjunto, como por exemplo, livro+CD), ou uma publicação em série (separata ou boletim).
40. RESUMO/COMENTÁRIO DA OBRA - Escrever um pequeno resumo da obra. O texto não deve exceder as 5 linhas.
41. BIOGRAFIA DOS INTERVENIENTES - Inscrever os principais dados biográficos dos intervenientes. Não exceder, em nenhum caso, as 5 linhas.



Av. Estados Unidos da América, n.º 97, 6.º Esq. – 1700-167 LISBOA
Tel.: 21 843 51 80 | E-mail: isbn@apel.pt | www.apel.pt

Lisboa, 11 de dezembro de 2014

Caro editor

No dia 31 de dezembro de 2014 a Associação Portuguesa de Editores e Livreiros - APEL, Agência Nacional Portuguesa do ISBN, deixa de contar com o apoio financeiro da Secretaria de Estado da Cultura que, nos últimos anos, tem subsidiado uma parte dos custos operacionais da agência e tem permitido manter este serviço público gratuito. Por isso, a partir de 1 de janeiro de 2015 a APEL vê-se obrigada a cobrar este serviço, seguindo práticas e procedimentos que já vigoram em inúmeros outros países. Assim e em consonância com a Agência Internacional do ISBN, que está a acompanhar todo este processo, **a partir de 1 de janeiro** entram em vigor as seguintes regras e custos de funcionamento do serviço de ISBN:

☐ **Sócio da APEL** (que queira usar este serviço): aumento de 10% da quota anual.

☐ **Não sócio da APEL**: pagamento de acordo a seguinte **Tabela de Preços***:

Editor Profissional** Editor Não Profissional

ISBN Individual (edições de autor) - 15€

Prefixo de 5 dígitos (para 10 ISBN) 100€ 150€

Prefixo de 4 dígitos (para 100 ISBN) 500€ 750€

Prefixo de 3 dígitos (para 1000 ISBN) 3.000€ 4.500€

* Valores sem IVA

** Enquadram-se na categoria de “Editor Profissional” as empresas com o CAE (rev.3) **58110**

☐ **Outros custos*** (sócios e não sócios):

Registo inicial no sistema (pedido do primeiro prefixo por não sócios) 25€

Urgências - Prefixo editor ou ISBN no próprio dia (sócios e não sócios) 50€

Fornecimento Código de Barras em suporte PDF (sócios e não sócios) 10€

* Valores sem IVA

☐ **A atribuição do prefixo de editor ou dos números ISBN depende** do correto preenchimento do formulário que será disponibilizado unicamente em formato eletrónico, no *site* da APEL, estando a sua atribuição dependente da regularização de dívidas à associação, decorrentes da condição de associado ou da aquisição de quaisquer serviços ou benefícios. Acresce que, no caso das organizações não associadas, os prefixos só são atribuídos após a boa cobrança do valor a pagar pelo pedido realizado.

Av. Estados Unidos da América, n.º 97, 6.º Esq. – 1700-167 LISBOA
Tel.: 21 843 51 80 | E-mail: isbn@apel.pt | www.apel.pt

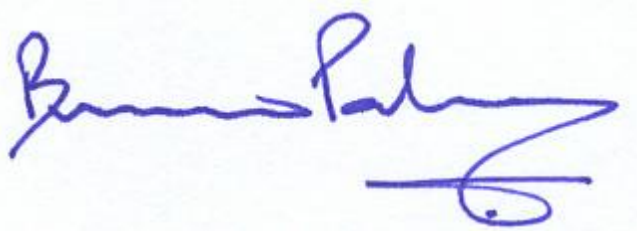
☑ A APEL procurará assegurar a satisfação de todos os pedidos no mais curto prazo de tempo, nomeadamente até ao final do dia útil seguinte ao da entrada do formulário, desde que os pedidos de prefixo ou de número identificativo estejam completos e em conformidade com os parâmetros definidos pela Agência Nacional do ISBN.

☑ Mantêm-se em vigor os prefixos atualmente atribuídos e até que sejam esgotados

☑ Segundo as diretrizes da Agência Internacional de ISBN, **cada chancela tem de ter o seu próprio prefixo de editor**, ainda que pertença a um grupo editorial e partilhe do mesmo NIF que a editora principal.

No caso de precisar de qualquer esclarecimento adicional, não hesite em contactar os nossos serviços. Desejamos que esta fase de transição decorra com a maior normalidade.

Com os melhores cumprimentos,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bruno Pires Pacheco', with a stylized flourish at the end.

Bruno Pires Pacheco

Anexo 5: Serviço de Depósito Legal

Serviço de Depósito Legal

Atribuição de Número de Registo Depósito Legal (DL)

N.º de registo de DL atribuído para o título abaixo mencionado.

N. DL:	388208/15
Nome fornecedor:	PUBLINDÚSTRIA, PRODUÇÃO DE COMUNICAÇÃO, LDA
Título:	Pescaria do Caranguejo Vermelho em Angola
Autor:	Jeremias António Malheiro
Tipo:	Monografia
Editor:	PUBLINDUSTRIA
Local de Publicação:	Porto
Data prevista de publicação (mês/ano):	04/2015
Nº de Edição:	1ª edição
Estado:	Atribuído
Atribuído em:	2015-02-09
Criado a:	2015-02-09

Informação

Os pedidos de atribuição do número de registo de DL deverão ser feitos com a antecedência de uma semana.

Biblioteca Nacional de Portugal
Campo Grande, 83 - 1749-081 Lisboa
Tel. 21 798 2195 Fax. 21 798 2194
dl@bnportugal.pt

