



**CARLA FILIPA
MACIEL DE SOUSA
BRITO**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO EM EDIÇÃO NA SANA
EDITORIA**



**CARLA FILIPA
MACIEL DE SOUSA
BRITO**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO EM EDIÇÃO NA SANA
EDITORIA**

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 António Manuel Lopes de Andrade, Professor auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho à minha família e amigos.

o júri

presidente

Professora Doutora Ana Margarida Corujo Ferreira Lima Ramos
Professora auxiliar com Agregação da Universidade de Aveiro

Professora Doutora Maria Cristina Matos Carrington da Costa
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (arguente)

Professor Doutor António Manuel Lopes Andrade
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro (orientador)

agradecimentos

À minha família e amigos, por estarem sempre do meu lado quando mais precisei.

À Dr.^a Susana Freitas, por me ter prestado todo o auxílio quando precisei.

palavras-chave

Sana Editora, paginação, revisão textual, literatura infantojuvenil, *design* gráfico, publicidade.

resumo

O presente relatório, resultado do estágio curricular decorrido entre 5 de novembro a 16 de março de 2019, no âmbito do Mestrado em Estudos Editoriais, pretende descrever as atividades realizadas na Sana Editora, com particular destaque para a paginação de um livro juvenil. Ao longo deste relatório prestarei o meu testemunho sobre as atividades que realizei no âmbito da revisão textual, na criação de conteúdo publicitário e na paginação de um livro infantojuvenil. Farei um breve reflexão teórica sobre o que é necessário ter em conta aquando da realização da paginação de um livro. Tecerei alguns comentários sobre as dificuldades sentidas nos demais campos e os ensinamentos obtidos.

.

keywords

Sana Editora, pagination, proofreading, youth literature, graphic design, publicity.

abstract

The present report, result of the curricular internship occurred between november 5 and march 16 of 2019, within the Master in Publishing, intends to describe the activities done in Sana Editora, focusing in the graphical design of a children's book. Throughout this report I will bear witness to the activities undertook in the context of proofreading, the creation of advertisement content and the graphic design of a children's book. I will briefly reflect on some of the rules of page layout, as well as on the difficulties felt in some fields and on the lessons learned.

Índice

Introdução	7
1. Objetivos do Estágio	8
2. Apresentação da Sana Editora.....	9
2.1. Livros publicados por ordem de lançamento e género.....	10
2.1.1. Infantis.....	10
2.1.2. Romances	10
2.1.3. Outros géneros.....	10
3. O Esquema Editorial	11
3.1. A relação editor-autor	12
4. O Estágio.....	15
Integração na editora e principais tarefas desenvolvidas ao longo dos quatro meses	15
4.1 Participações em Eventos	19
4.1.1. AMA O Marketing	19
4.1.2. Apresentação do Livro “MEL” de Michelle Cascais Rita	22
4.1.3. Evento de Apresentação Musical do Livro “A Menina e a Sábia”	23
4.2. Elaboração do Catálogo SANA Editora 2018/2019.....	26
<i>Layout</i> do Catálogo.....	26
4.3. Um Comunicado de Imprensa	29
4.4. Revisão Textual	30
4.4.1. Tipos de Revisão e trabalho de revisão da obra “Quem Raptou o Meia-Lua?”	32
4.5. Paginação do Livro “A canção da raposa” de João Moreira	35
4.5.1. Demonstração da Grelha	37
4.5.2. Margens e Colunas	38
4.5.3. A Importância da Sangria/ <i>Bleed</i>	39
4.5.4. A Hierarquia e o Espaço em Branco.....	41
4.5.5. Kerning	42
4.5.6. A Utilização do <i>Text Wrap</i>	42
5. Algumas reflexões sobre o processo de paginação de um Livro Infantojuvenil	43
Notas Finais	50
Bibliografia	52
Webgrafia.....	53
Anexos	54
ANEXO I.....	54
ANEXO II.....	55

Índice de Figuras

Figura 1: <i>Post</i> elaborado alusivo ao Natal.	17
Figura 2: Ilustração original.	18
Figura 3: Ilustração modificada em <i>Photoshop</i> .	18
Figura 4: Evento de "AMA o Marketing" no hotel "As Américas", em Aveiro.	21
Figura 5: Capa do livro "MEL", de Michelle Cascais Rita	23
Figura 6: Evento da apresentação musical de "A Menina e a Sábia".	25
Figura 7: Capa do livro "A menina e a sábia".	25
Figura 8: Capa do catálogo.	26
Figura 9: <i>Layout</i> da página "Infantis"	27
Figura 10: <i>Layout</i> da página "Romances".	27
Figura 11: Parte da página de "Outros géneros".	28
Figura 12: Restante da página de "Outros géneros".	28
Figura 13: <i>Layout</i> da contracapa.	29
Figura 14: <i>Email</i> com as correções feitas pela Mafalda sobre o capítulo I da obra "Quem raptou o Meia-Lua?".	33
Figura 15: Primeiras correções da Mafalda na obra..	34
Figura 16: Alterações feitas por mim dadas as correções..	34
Figura 17: Correções/sugestões feitas pela mãe da autora.	34
Figura 18: Texto completo e corrigido.	35
Figura 19: Grelha tipográfica elaborada para a obra "A canção da Raposa".	38
Figura 20: Predefinição das margens e colunas.	39
Figura 21: Demonstração da sangria/ <i>bleed</i> .	39
Figura 22: Demonstração final.	40
Figura 23: Seleção das marcas de corte e exportação para pdf.	40
Figura 24: Exemplificação da hierarquia.	41
Figura 25: Demonstração com um círculo vermelho do <i> Kerning</i> .	42
Figura 26: Exemplificação de <i>Text Wrap</i> .	43
Figura 27: Imagem retirada do livro "Designing Books: Practice and Theory" de Jost Hochuli e Robin Kinross (2004).	46

Índice de Tabelas

Tabela 1: Exemplos retirados da obra "Quem raptou o Meia-Lua?" através de uma revisão de normalização	32
Tabela 2: Exemplo de revisão linguística.....	33

Introdução

Este relatório tem como objetivo apresentar o trabalho realizado no decorrer do estágio curricular, sendo este um dos fatores de avaliação integrado no plano de estudos do Mestrado em Estudos Editoriais (2.º ciclo) da Universidade de Aveiro. O mesmo foi realizado na SANA Editora, em Aveiro, com a supervisão da Dr.^a Susana Freitas, responsável editorial na Sana Editora e, ainda, sob a orientação científica do Prof. Doutor António Manuel Lopes Andrade, orientador da Universidade de Aveiro.

Durante os quatro meses de duração de estágio na Sana Editora pude testar os meus conhecimentos em vários campos da área editorial, nomeadamente, na revisão textual, no *design* gráfico, publicidade e *marketing*, e organização de eventos.

Assim, no presente relatório serão descritas todas as atividades realizadas no decorrer do estágio, as dificuldades sentidas, os desafios enfrentados e, principalmente, as aprendizagens adquiridas tanto a nível pessoal como profissional.

Para melhor estruturar este relatório, dividi-lo-ei em quatro partes de modo a melhor organizar a exposição dos conteúdos do mesmo. A primeira parte será dedicada à empresa, onde irei expor a história da criação da Sana Editora até ao presente e os livros até agora editados.

A segunda parte será direcionada às atividades realizadas, onde pude aplicar os conhecimentos e as competências adquiridos ao longo do curso, as dificuldades e desafios enfrentados. Faço uma retrospectiva das lições que tirei durante o curso, pois serviram para que conseguisse realizar algumas das atividades que me foram propostas.

A terceira parte constitui-se como uma elaboração de uma reflexão teórica a respeito da paginação/ *design* gráfico de um livro infantojuvenil: regras, cuidados e aspetos a ter aquando do *design* do mesmo.

Finalmente, a quarta e última parte faço um balanço da experiência de estágio e das competências adquiridas, refletindo sobre as dificuldades sentidas e sobre a aprendizagem retirada dessas mesmas dificuldades.

1. Objetivos do Estágio

Este estágio curricular integra o plano de estudo do Mestrado em Estudos Editoriais, e para a sua realização do mesmo foi assinado um acordo e aprovado um plano de estágio que compilava os seguintes objetivos relacionados com o mundo editorial: organização de eventos, publicidade, revisão de texto e criação de um livro de raiz.

Durante os primeiros dois meses fui encarregada de criar alguns *posts* publicitários, de modo a promover os livros através de anúncios e divulgação de eventos. Nos últimos meses dediquei-me à revisão de um livro e à paginação de um outro.

Desde o início, fui incumbida de desempenhar mais do que uma função, o que se revelou um desafio e serviu para o meu desenvolvimento pessoal, tendo sido uma forma de saber em que áreas me sentia mais confortável a trabalhar e em quais tinha mais dificuldades.

2. Apresentação da Sana Editora

A criação da Sana Editora em 2016 deveu-se a Susana Freitas, a responsável editorial, a partir da ideia de escrever um livro para a sua filha. A editora já conta com 34 livros editados, de géneros literários diferentes e dirigidos a várias faixas etárias.

Quando procurava editar o seu livro “A Menina e a Sábia”, a autora decidiu criar a sua própria editora, a Sana Editora, e tratar ela mesmo da sua edição. A obra atualmente conta com três edições, a primeira em setembro de 2014, a segunda em abril de 2015 e a terceira, que incorpora uma reedição bilingue, em novembro de 2018. Esta última reedição, para além de ser bilingue (português-francês), contém uma banda sonora composta por Cláudio Carvalho, um conhecido da editora.

A Sana Editora caracteriza-se por aliar a criatividade à paixão dos livros e por acompanhar os seus projetos literários desde o início, em sintonia com os autores, de modo a que estes possam dar o seu contributo e intervir na conceção dos livros, na imagem, concretização, distribuição e promoção dos mesmos. Acima de tudo, os projetos literários passam por um fator de seleção, pois terão de representar valor para a cultura portuguesa. Tem como distribuidora a empresa Companhia das Artes/Rota do Livro e está presente em lojas *online* e físicas, tais como a *Wook*, a Bertrand e a FNAC.

Sendo uma editora muito jovem e ainda em crescimento, a Sana Editora sustenta-se nos seus valores, apostando em livros com significado quer para o escritor quer para a sociedade, tendo um especial enfoque na área cultural. Uma vez que tem sede na cidade de Aveiro, o seu leque de autores é proveniente da região. É o que acontece com as editoras mais pequenas: cabe-lhes a tarefa mais complicada, mas ao mesmo a mais privilegiada: a de construir as literaturas nacionais (Pedreira, 2009), o que não acontece muitas vezes com os grandes monopólios editoriais que são obrigados a manter um crescimento constante e, por isso, apostam sempre no mais seguro, ou seja, nos *bestsellers* do mercado.

Devem, por isso, os pequenos editores sentir-se orgulhosos da sua condição e trabalhar afincadamente naquilo que é realmente importante para empresas da cultura: descobrir novos autores de qualidade, orientá-los na edição dos seus textos e, apesar do enorme esforço necessário – sobretudo quando faltam meios –, procurar internacionalizar o seu talento, porque toda a boa literatura (passe a redundância) não deve sair da gaveta se não for para pertencer ao mundo.

(Pedreira, 2009) ¹

¹ Citação retirada de um artigo de opinião impresso para leitura em aula, porém pode ser consultado em “<https://blogtailors.com/4515735.html>”.

2.1. Livros publicados por ordem de lançamento e género

2.1.1. Infantis

- “Quando for grande quero ser terapeuta da fala” (2016) – Cláudia Barriguinha
- “Nas asas de um sonho” (2016) – Paulo Marques
- “Vida de hamster” (2016) – Vanessa Autun
- “Terra Mágica de Huakanda” (2016) – Alexandra Gomes e Raquel Reis
- “A avó ficou tarabitata? / O monstro gago” (2017) – Cláudia Barriguinha
- “O brinquedo que estava esquecido” (2017) – Filipe L. S. Monteiro
- “Quem raptou o Meia-Lua?” (2017) – Sofia Silva
- “A cidade que deixou de sorrir” (2018) – Milu Loureiro
- “Ensinar e Encantar” (2018) – Maria Inês
- “E se...?” (2018) – Raquel Garcez Pacheco e Bárbara Neto
- “A Fada Raio de Luar” (2018) – Sónia Alain
- “O Reino Imaginário/ The Imaginary Kingdom” (2018) – Daniel Goose
- “A Menina e a Sábia” (reedição 2018) – Susana Freitas
- “A Canção da Raposa” (2019) – João Moreira
- “Quem raptou o Meia-Lua? Operação Vaca sem rabo” (2019) – Sofia Silva

2.1.2. Romances

- “Abrigados” (2016) – Rui Marcelino
- “Os sonhos de Joana” (2017) – Lourenço Proença de Moura
- “Janelas Imperfeitas – Volume I” (2018) – Zília Gonçalves
- “Janelas Imperfeitas – Volume II” (2018) – Zília Gonçalves
- “O Encantador de Sonhos” (2018) – Sarah Musgrave
- “MEL” (2018) – Michelle Cascais Rita
- “As Migalhas de Beirute” (2019) – S. Costa Brava

2.1.3. Outros géneros

- “Pateira de Fermentelos” (2016) – Horácio Graça, Armindo Ferreira, Freddy David
- “Tempos do meu tempo” (2017) – Saturnino Silva
- “Enquanto a chuva não vem” (2017) – Rosa Fonseca

- “Instantes no tempo” (2017) – Catarina Carvalho
- “Os dias em que eu cresci” (2017) – Vasco Aguiar
- “AMA O Marketing” (2018) – Vários
- “Eu creio que a verdade crua cura” (2019) – Nuno Sobral
- “Millenials – Cidadãos do Mundo” (2019) – Cristiana Lopes

3. O Esquema Editorial

De acordo com os ensinamentos que nos foram fornecidos nas aulas, podemos explicar o esquema editorial ou o processo de edição de um livro, desde o momento em que a ideia chega à editora até à sua concretização impressa.

O percurso de um livro pode assumir diversos rumos. Em qualquer caso, há sempre alguns pontos-base absolutamente essenciais. Entre eles, podemos assinalar: o autor, a editora, a gráfica e o leitor. Centrando-nos nas duas primeiras, embora dediquemos mais atenção à segunda, a editora, façamos, no entanto, algumas observações sobre o autor.

O autor é uma peça indispensável no percurso editorial. Sem ele, não há obra para editar. No entanto, no percurso editorial, o autor tem, essencialmente de redigir a obra a publicar e a de (poder/dever) intervir na produção do livro.

A sua primeira função só ele a pode desempenhar (de outro modo, deixaria de ser autor); a segunda pode ser desempenhada por outras pessoas, embora muitos autores gostem de ter uma palavra decisiva nessa matéria. Porém, esta intervenção, por vezes, pode prejudicar a qualidade da obra, uma vez que muitos autores preferem ser os próprios a rever o seu trabalho. Assim, enquanto “responsável pelo seu conteúdo intelectual, ordenação e forma” (Faria et al, 2008, p.119) indica, revela-se imparcial o trabalho deste, uma vez que não possui um distanciamento da obra necessário para a sua avaliação e correção. Portela (2009, p.39) defende que “[a]s obras revistas pelos próprios autores apresentam, com demasiada frequência, uma ‘revisão’ deficitária, o que se traduz na publicação de obras com gralhas, incorrecções linguísticas e falta de uniformização de caracteres gráficos”.

Direcionando o foco para a área da revisão, o revisor ou o “autor secundário” como é designado por Martins (2005, p.26), é “aquele que corrige” (Faria et al, 2008, p.1088). Ao revisor compete-lhe a normalização do original e a preparação para a paginação (se alguém

não assumir essa função). Cabe-lhe, depois, a revisão das várias provas sob uma maior ou menor orientação da coordenação editorial. Há cada vez menos editoras portuguesas com um departamento de revisão interno. Ou a revisão é assegurada pelo departamento de coordenação editorial (assistente editorial) ou é adjudicada externamente (*freelancers*). Ao revisor são-lhe atribuídas funções variadas, desde ter de fazer uma revisão literária, “pela introdução de emendas estilísticas para melhorar os textos a publicar, sejam originais ou traduções”, uma “preparação ou marcação de original pela intervenção no texto para o adequar às normas de edição («estilo da casa»)", ou, por fim, uma revisão de provas, “pelo confronto da compatibilidade da prova com o estado prévio do texto” (Martins, 2005, p.126-127).

3.1. A relação editor-autor

No que diz respeito à relação do autor com a editora, este mantém um conjunto de interações que, entre outras ações, passam por: discussão e estabelecimento do contrato, definição e cumprimento de algumas regras e acompanhamento da qualidade da edição, nomeadamente, no que diz respeito ao texto (correção de provas tipográficas). Regularmente, uma editora está exposta a várias propostas de edição, quer sejam de autores antigos ou novos, e cabe ao editor servir como um filtro de qualidade na hora de seleccionar as obras que realmente pense/considere serem as mais indicadas, ou seja, que se enquadrem com o catálogo da editora e correspondam com os seus valores e às necessidades do mercado.

Cada editora terá de delinear as suas estratégias genéricas de negócio, baseando-se no modelo definido por Michael Porter, na sua obra “Vantagem Competitiva” (1980)², de modo a que estas assinalem a forma como a empresa compete com as restantes, procurando sempre alcançar uma posição mais vantajosa na indústria onde opera. Estas estratégias remetem para a amplitude dos mercados que servem e como competem nesse mercado. Desta escolha resultam três estratégias: liderança pelos custos, diferenciação e foco.

Numa realidade em que as vendas deixaram de ser orientadas para o do-and-sell, mas, sim, para o sense-and-respond (Kotler & Keller, 2015), a capacidade de “sentir o mercado” e “ouvir o consumidor” são os principais motores do mercado e vias de sucesso

para a empresa. Daí ser importante que sejam feitos estudos de mercado regularmente, de modo a que a editora saiba quais são realmente as obras nas quais deve apostar e aquelas que não lhe darão tanto sucesso.

A título de exemplo, chegou em tempos uma proposta de edição de um livro à Sana Editora. Este contava a história de um menino que tinha medo de uma sombra que lhe aparecia no quarto à noite e, então, arranjava diversas formas de combater com essa sombra. A proposta acabou por ser recusada, pois podia suscitar comportamentos violentos por parte de uma criança, algo que não se enquadra no perfil e nos valores da editora.

Centremo-nos, agora, na casa editorial. Como é óbvio, há casas editoriais para todos os gostos: pequenas e gigantes, familiares e ‘industriais’, gerais e especializadas, não tão bem organizadas e/ou estruturadas e superorganizadas.

De qualquer modo, todas terão de ter um *modus operandi* que, salvaguardando as suas diferenças, apresenta alguns elementos comuns.

Na prática, as coisas podem ser substancialmente diferentes, embora estes cargos, ou melhor, estas funções tenham de lá estar obrigatoriamente. Acontece, muitas vezes, que uma mesma pessoa desempenha vários cargos ou funções. No caso da Sana Editora, há apenas duas pessoas que colaboram juntas: a editora que acaba por ter o papel de diretora e coordenadora editorial, e a revisora a quem compete não só rever as provas dos originais como também fazer a paginação.

Contudo, há mais vantagens numa departamentalização da empresa do que na concentração de trabalho em duas pessoas. A departamentalização contribui para um melhor aproveitamento de recursos e, quando o volume ou a complexidade do trabalho impede que este seja desempenhado apenas por uma pessoa, a distribuição das tarefas pelos restantes elementos qualificados na área levará a uma maior eficiência. Porém, existe a consciência de que em empresas pequenas não há uma acentuada especialização de tarefas, pois o volume de trabalho não o permite.

A departamentalização acaba por fazer efeito se houver, então, um volume de trabalho acentuado, um agrupamento de funções similares, ou seja, por razões de eficiência, funções similares são, por vezes, supervisionadas pela mesma pessoa, neste

² <https://www.portal-gestao.com/artigos/6710>

caso, por um coordenador editorial. Por vezes, a regulamentação das funções obriga a departamentalizá-las em unidades de menor dimensão, por exemplo, revisores e tradutores.

Há vantagens em separar funções similares e interrelacionadas, de modo a evitar conflitos de interesse. Por vezes, uma segunda ou terceira opinião sobre o trabalho realizado acaba por se tornar mais eficaz.

Para uma casa editora se manter ativa, necessita de várias coisas, entre elas, a capacidade de investimento, capacidade de ter uma ‘carteira’ de autores e a capacidade de manter clientes.

Além disso, a editora de forma a continuar no mercado, tem necessidade de não saturar, por exemplo, ao apostar sempre no mesmo género de obras literárias e não se revelar inovadora, selecionar fatias do mercado para atuar (geral ou especializado: literatura, poesia, romance, literatura *ligeira*).

Definir um segmento de mercado significa dividi-lo num certo número de subconjuntos, tão homogéneos quanto possível, para permitir que a empresa adapte a sua política de *marketing* a cada subconjunto. No fundo, ajuda a uma melhor identificação das oportunidades. O compromisso com os consumidores é o “coração” de qualquer modelo de negócios.

O objetivo da segmentação é permitir à empresa uma melhor adaptação da sua política de *marketing* a cada um dos subconjuntos ou a alguns deles, de modo a melhor satisfazer os consumidores. Existem, portanto, dois tipos de mercados: homogéneo, ou seja, que é constituído por clientes que têm as mesmas exigências e reações às influências do mercado, no qual os seus comportamentos, necessidades e motivações não diferem muito; e heterogéneo, que é composto por clientes que procuram quantidades e/ou qualidades de produtos diferentes. É possível identificar grupos de consumidores diferentes em diferentes segmentos de mercado.

Há editoras que têm um leque variado de livros de diferentes géneros, o que implica uma maior gestão sobre cada um dos segmentos em particular. A Sana Editora acaba por se enquadrar neste quadro, uma vez que não segue apenas um estilo/género de literatura, mas, sim, vai desde livros para infância até livros técnicos.

Assim, de modo a ter sucesso quase sempre assegurado, a editora tem de conhecer o seu público-alvo de modo a responder às suas necessidades.

Mas, para que tudo isto funcione, é necessário ter uma boa carteira de autores ou de títulos, criar (e manter) uma imagem editorial (que pode variar conforme as coleções) e criar uma boa imagem externa (e interna).

Para isso, são necessárias algumas pessoas (sejam elas quais forem) que desempenhem algumas funções fundamentais como o acompanhamento de todo o processo, a escolha de materiais e *design*: capa, papel, ilustrações, etc., elaborar uma programação dos lançamentos, realizar uma seleção de autores e/ou de originais, avaliação desses mesmos originais, normalização e revisão de textos, definição de imagem, contactos com fornecedores de serviços: ilustração, produção, livrarias, etc., calendarização de obras, orçamentação, negociação de contratos (ver Anexo II), promover a divulgação (por meios próprios ou contratados), conhecimento do mercado (necessidades, livrarias, público, publicidade, etc.) e muitas outras funções relacionadas com os livros.

O que temos assistido atualmente no mercado editorial é a tendência a recorrer a meios *outsourcing* para desempenhar determinadas funções, tratando-se de pessoas com competências e capacidades especializadas na sua área.

4. O Estágio

Integração na editora e principais tarefas desenvolvidas ao longo dos quatro meses

No primeiro dia de integração na equipa da Sana Editora fui acolhida quer pela Susana Freitas, a editora, quer pela Mafalda Frade, revisora e paginadora, tendo sido este acompanhamento constante ao longo do estágio. Ambas estiveram sempre dispostas a ajudar-me no que fosse necessário e a aconselhar-me de modo a que certos aspetos e pormenores nos trabalhos que fiz fossem melhorados. Foram, portanto, as minhas tutoras na hora da elaboração das tarefas.

Uma das primeiras tarefas que tive de realizar foi a elaboração de *posts* publicitários dos livros da editora, anunciando/publicitando não só os livros, como também, em alguns casos, procurando inseri-los em épocas festivas, como foi o caso do Natal, anunciando descontos ou campanhas que lhes estivessem associados e preparando cartazes de eventos e apresentações de livros da editora.

Durante o mês de novembro e parte de dezembro dediquei-me a estas tarefas, tendo tido oportunidade de ajudar a organizar e de participar nas apresentações de livros e em

outros eventos. Pude, assim, aplicar alguns dos conhecimentos adquiridos em aulas relacionadas com multimédia e *design* editorial nesta primeira parte do plano de estágio.

Nos meses de janeiro, fevereiro e primeira quinzena de março surgiu a oportunidade de rever um livro e começar a paginar um outro, embora este último não tenha ficado concluído dentro do período de duração do estágio, por falta de tempo. Contudo, comprometi-me a acabar este último projeto, depois de terminar o estágio, uma vez que já o havia iniciado e não queria deixá-lo incompleto.

Durante a revisão de texto, contei com a ajuda de Mafalda Frade, para além dos conhecimentos que adquiri nas aulas de Revisão Textual, uma vez que há pormenores a ter em conta que não foram abordados na totalidade durante as aulas. Um desses aspetos está relacionado com o facto de, durante a lecionação da disciplina de Revisão Textual, nunca termos usado ou nos ter sido ensinado o uso do programa *Microsoft Word* para rever textos; apenas aprendemos a usar os símbolos que se aplicavam aquando de uma revisão manual e em papel, algo que, nos dias que correm e em plena era tecnológica, se revela desatualizado e impensável, tanto pela maior dificuldade em comparação com a ferramenta digital como pelo desperdício de papel que representaria se tal procedimento ainda fosse usado pelas editoras.

Assim, a revisora que integra a equipa da Sana Editora não só me ensinou a utilizar, então, a funcionalidade “Rever” do programa como também me ajudou a corrigir certos erros que notava frequentes em mim a nível gramatical. Um dos aspetos importante que aprendi era que é possível selecionar o texto na íntegra e escolher a opção “Ortografia e Gramática” presente na janela “Rever”, para confirmar, assim, se havia erros no texto e se o mesmo estava de acordo com o novo Acordo Ortográfico. Para além de ter aprendido como substituir, de um modo mais rápido, o emprego do hífen (-) em vez do travessão (—) como forma de indicação de diálogo – algo que se revelou constante no texto original de uma autora –, também aprendi que se podia “aceitar” ou “rejeitar” possíveis mudanças que o autor fizesse à minha revisão, e vice-versa.

A revisora ainda me prestou “auxílio” na paginação, nomeadamente nas regras obrigatórias que um livro infantojuvenil deve seguir ou até mesmo nas próprias regras de *design* gráfico.

Tal como foi referido anteriormente e de acordo com o plano de estágio, as minhas primeiras tarefas foram elaborar *posts* de promoção a determinados livros. A tarefa

consistia em elaborar os referidos *posts* para a editora, de modo a que esta desse o seu parecer e, posteriormente, reencaminhá-los para o autor do livro em questão, para que este se pronunciasse sobre a aceitação do trabalho. Em 90% dos casos, posso afirmar que, quer o autor quer a editora ficaram satisfeitos, sendo que os restantes 10% não foram aprovados à primeira vez, por falta de informação no *post* em questão ou por razões estéticas.

Para elaborar estes trabalhos utilizei os programas e conhecimentos adquiridos nas aulas de Multimédia I e II, Multimédia Editorial I e II, tais como o *Photoshop* e o *InDesign*.

Para além de elaborar os *posts* e até mesmo alguns convites para eventos relacionados com apresentações dos livros em questão, tive o prazer de participar nesses eventos, fazendo parte do *staff* da editora. As minhas funções principais foram a execução da reportagem fotográfica do evento e a manutenção do posto de vendas.



Figura 1: *Post* elaborado alusivo ao Natal.

Dedicado mais ao ramo editorial, tive a oportunidade de rever o segundo livro de Sofia Silva, autora de “Quem Raptou o Meia-Lua?”. Conteí com a ajuda da revisora, quer na parte gramatical quer no uso correto da função “Rever” do Microsoft Office Word. À medida que os capítulos iam chegando à editora, a mesma reencaminhava-os para mim e eu procedia à sua revisão. Depois, reenviava-os para a Mafalda Frade para ela verificar se a minha correção estava bem-feita e, caso não estivesse, eu procedia às mudanças assinaladas e, só depois, enviava para a mãe da Sofia Silva, uma vez que a autora é menor. A mãe, Romana, aceitava ou recusava as minhas correções/alterações e, depois de estar tudo pronto, era enviado para a revisora, que estava encarregada de fazer a paginação do livro.

Ainda no âmbito de tarefas editoriais, também tive oportunidade de paginar um livro: “A Canção da Raposa”. Infelizmente, o estágio terminou antes de o livro estar completo, contudo, como já afirmei, comprometi-me, ainda assim, a continuar o trabalho depois do estágio. Neste projeto, encontrei algumas dificuldades, pois foi a primeira vez que fiz a paginação de um livro e, dada a responsabilidade envolvida, a sua execução revelou-se assaz difícil. Felizmente, contei sempre com o apoio da editora e da revisora, que me souberam orientar durante o processo e contribuíram com algumas ideias criativas. Não só fiquei encarregada de paginar o livro, como também tive de proceder ao tratamento e manipulação das ilustrações que lhe estavam associadas e, mais uma vez, tive em conta algumas das lições que aprendi nas aulas, nomeadamente de *Design Editorial* (para uma melhor qualidade de imagem, o número de pixéis tem de ser igual ou superior a 300 ppp/dpi (pontos por polegada/ *dots per inch*).) As ilustrações chegaram-me em papel e procedi à sua digitalização, tendo em conta o critério previamente referido. Utilizando o programa *Photoshop*, manipulei-as de modo a que melhor se enquadrassem com o texto e, ainda, tive de criar novas imagens (Figura 2 e Figura 3) a partir das existentes, dada a escassez de imagens/ilustrações.



Figura 2: Ilustração original.

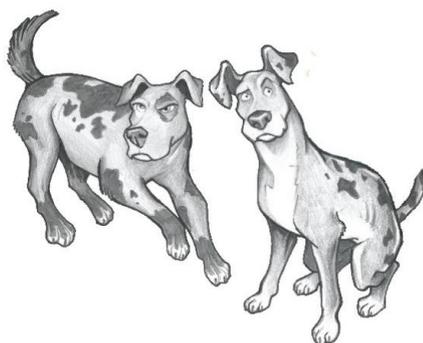


Figura 3: Ilustração modificada em *Photoshop*.

Tive ainda a oportunidade de elaborar um Comunicado de Imprensa (ver Anexo I) e, no âmbito do *design* gráfico elaborei um novo catálogo para a editora, uma vez que o antigo estava desatualizado, como veremos mais adiante.

4.1 Participações em Eventos

4.1.1. AMA O Marketing

O evento foi realizado a 17 de novembro de 2018 no hotel “As Américas”, em Aveiro. Esta iniciativa estava a ocorrer simultaneamente noutras 10 cidades distrito do país: Braga (Vasco Marques), Viana do Castelo (Ana Carvalho Dias), Guimarães (João Catalão), Porto (Samuel Soares), Viseu (Carlos Alberto Lopes), Guarda (Paulo Pinto Santos), Coimbra (Nuno Silva), Santarém (Ana Teresa Penim), Lisboa (Vasco Rosa Pires) e Aveiro (Liz Silva – Presidente da AMA Empresarial). Através do *Facebook Live* foi possível estabelecer ligação entre os autores que estavam presentes nas respetivas cidades. O livro contou com a participação de 15 autores, que escreveram as suas perspetivas em relação ao *Marketing* nos dias de hoje, tornando o livro num objeto de conhecimento eclético e, no fundo, atualizado em relação aos livros que existem sobre a temática.

“AMA O Marketing” é um livro generalista com a visão de 15 autores em 15 artigos e 15 olhares sobre o *marketing* moderno. O livro é uma abordagem global sobre alguns problemas atuais das empresas e contam dicas para ir ao encontro de soluções. No fundo, destaca as especificidades e as estratégias de *marketing*.

Nesta participação, em Aveiro, estavam presentes, não só o autor previamente mencionado como também o presidente da Câmara de Aveiro, Engenheiro Ribau Esteves, Pedro Mendes (professor de Liz Silva) e a equipa da Sana Editora.

A AMA Empresarial é uma associação que tem como um dos objetivos primordiais unir empresários e pessoas que querem criar valor para a sua empresa.

Pedro Mendes, diretor do IPAM de Lisboa e que tem como foco a área de Planeamento e Estratégia, explicou que, nos dias que correm, se não há uma “atitude empresarial” por parte das empresas, o mais provável é que estas falhem. Sobre o livro em questão, afirmou que é um livro que demonstra amor ao marketing para com as pessoas que lideram empresas para mercados cada vez mais complicados.

Mais adiante, mencionou a existência de uma crise pré-paradigmática, já que, na sua opinião, as empresas não compreendem o consumidor nem preveem as tendências do

mercado, porém disse acreditar que as propostas apresentadas no livro irão resolver esta crise do paradigma.

Mencionou ainda duas empresas portuguesas com sucesso, sem que nestas, na altura em que foram criadas, houvesse qualquer conhecimento teórico em relação ao *marketing*, apenas sendo guiadas pela visão e intuição dos empresários: o Licor Beirão, que possui agora campanhas publicitárias irreverentes que enriquecem o produto e fazem questão de cimentar a ideia que são um produto nacional, e a ALBA, a fábrica e marca do primeiro automóvel de competição português.

Antes da revolução industrial, as instituições começaram a sentir necessidade de aprender a comunicar o seu produto. Uma vez que Portugal teve escassez de produtos, as empresas precisavam de apostar na produção para corresponder às necessidades dos consumidores, estando estes disponíveis a pagar qualquer preço pelos produtos. Porém, começou a acontecer o inverso, quando começou a existir uma abundância e precisavam de escoar/vender a produção, o que levou as empresas a passar por uma fase da massificação da comunicação e não da produção.

É ainda realçado um dos sete “P’s” do Marketing: P de Pessoas, ou então o também chamado de *marketing* interativo/*marketing* interno. No fundo, o que este “P” defende é que os gestores tinham de ser bons para com as pessoas que trabalhavam com eles, porque se estas pessoas fossem felizes, produziam bons produtos e tinham uma boa relação comercial com os clientes; caso contrário, esta questão de *marketing* interativo, entenda-se a um nível pessoal, não acontecia, acabando por a qualidade dos produtos finais não ser a melhor.

Para rematar o seu discurso, lembrou a presença de Phillip Kotler, em Aveiro no ano de 2010, para uma apresentação do seu livro “Administração de Marketing”. Apresentação esta que teve um acontecimento caricato, já que um aluno lhe pediu que autografasse o livro e este recusou dizendo que não valia a pena, porque o livro estaria brevemente desatualizado, assim como qualquer outro livro que fosse escrito, enquanto não chegassem ao novo paradigma que leva as empresas a ter sucesso no futuro.

O livro AMA o Marketing acaba por não se enquadrar neste espectro, uma vez que é escrito por vários autores, tendo cada um o seu parecer real sobre determinado tópico/área que dominam.

No artigo escrito por Liz Silva denominado de “Tempos modernos e a sua empresa onde está?”, no qual o autor direciona a sua atenção para a importância do foco, este diz que o facto de as empresas, por vezes, quererem variar e não resultar, deve-se a que estas não conhecem o mercado onde estão inseridas nem têm, no fundo, um objetivo definido, pois não sabem onde querem estar dali a uns anos. O que o autor aconselha é estar atento às tendências do mercado, através das notícias e artigos, por exemplo, para conseguir dar os passos certos e seguros no mercado atual. A fugacidade do mesmo é assustadora: o que hoje é tendência, amanhã já é obsoleto, por isso cabe às empresas estarem atentas às movimentações/oscilações para não correrem o risco de falir. Nos dias que correm, as empresas são reféns do consumidor; o paradigma mudou. Todas as empresas precisam de Marketing. A maior parte delas não sabe comunicar com os seus consumidores, nem sabe vender o seu serviço ou produto.

Liz Silva afirma que, num mercado cada vez mais competitivo, o melhor a fazer é compreender a concorrência. Este apela para que haja uma “zona concorrencial de sinergias”, ou seja, em vez de tentarem ser melhores que a concorrente em tudo, foquem-se naquilo que fazem melhor e fazer com que a concorrência seja positiva e não negativa.

Quanto à era digital, Liz afirmou que as empresas têm de apostar a sua comunicação nas redes sociais e numa comunicação coerente e coesa, já que o futuro é digital.

Em suma, este evento representou uma enorme glória para a editora, pois foi algo que nunca tinha sido feito antes; algo completamente inovador que permitiu ter acesso, em direto, às opiniões dos escritores dos artigos.



Figura 4: Evento de "AMA o Marketing" no hotel "As Américas", em Aveiro.

4.1.2. Apresentação do Livro “MEL” de Michelle Cascais Rita

Este evento ocorreu no dia 24 de novembro, na discoteca SAL, em Aveiro, pelas 18h, e destinou-se a ser a apresentação do primeiro livro da escritora e bloguista, Michelle Cascais Rita.

O livro conta a história de uma rapariga que dá pelo nome de Caroline, uma vez que nasceu nos Estados Unidos, mais precisamente em Connecticut, mas que, ainda com tenra idade, vem com os pais para Portugal, especificamente, para Aveiro.

Depois de ter visto falecer o seu avô durante a sua adolescência, numa festa de aniversário, ela encontra Lucca – um rapaz proveniente de Itália que também estava a viver há muitos anos em Portugal. Os dois conhecem-se e desenvolvem uma amizade forte que, posteriormente, vai culminar numa relação amorosa.

Depois de alguns anos juntos, Lucca trai Caroline/Carolina com uma ex-namorada e, a partir desse momento, a relação entre ambos esmorece. Ambos tentam reconciliar-se e tentar de novo, porém a mágoa de Carolina é mais forte e esta não consegue esquecer o que se passou nem perdoar-lhe.

Carolina vê-se numa espiral de emoções, o que a leva a emigrar de volta aos Estados Unidos onde vive durante seis anos. Lucca tenta, durante esses anos, reconstruir a sua vida amorosa com outra pessoa, porém o seu coração “pertence” a Carolina. Ela passa pelas mesmas dificuldades em esquecer o grande amor da sua vida, que foi Lucca, por mais que tente seguir em frente com a sua vida amorosa, mas em vão.

Numa última tentativa de a reconquistar, este vai ter com ela aos Estados Unidos, especificamente, a uma região em Nova Iorque onde Carolina se encontrava a viver e, quando os dois se reencontram, a “chama” que outrora existira entre ambos volta a reacender-se, porém apaga-se imediatamente, pois a dor que Carolina ainda sente é muito forte, o que faz com que esta não consiga perdoar Lucca nem voltar a amá-lo como antes.

A escritora dedicou este livro ao seu pai, que falecera há relativamente pouco tempo, enquanto ela escrevia o livro. No evento, mostrou-se muito emocionada, mas orgulhosa do trabalho que fez e da obra que nasceu, fruto do seu esforço. Estiveram presentes os seus amigos e familiares, protagonistas na sua obra, uma vez que o livro, embora classificado como um romance e sendo ficção, tem traços autobiográficos da escritora, tendo alterado o seu verdadeiro nome no livro para a famosa “Carolina”.

O evento em si revelou-se um tanto emotivo, uma vez que o livro está carregado de significado para a autora, uma vez que perdeu o pai, a quem lhe dedica o livro. Tendo presentes todos os seus amigos na apresentação, foi sem dúvida um evento que a autora certamente não vai esquecer.



Figura 5: Capa do livro "MEL", de Michelle Cascais Rita

4.1.3. Evento de Apresentação Musical do Livro “A Menina e a Sábia”

Este evento ocorreu no dia dois de dezembro de 2018 pelas 16h, no Avenida Café-Concerto, em Aveiro. O livro que foi escrito por Susana Freitas, a também responsável editorial pela SANA Editora, ganhou “vida” ao ser interpretado, uma vez que contém a componente musical, ao vivo, neste evento. Estiveram presentes todos os colaboradores do livro, desde a tradutora que ficou encarregada de traduzir o texto para francês, já que o livro é bilingue, o compositor da banda sonora que integra o livro e a “Menina” que, no fundo, é a filha da escritora (e editora).

O livro que conta a história de uma menina que se sente discriminada na escola pelos colegas por ter a cor dos olhos e do cabelo diferentes. Certa noite, antes de adormecer, surge-lhe, no seu quarto, a Sábia sob a forma de uma fada. A Menina expõe à Sábia a

situação do que lhe está a acontecer na escola, ao que esta, ao longo do livro, lhe vai dando conselhos para superar esses obstáculos.

Estes conselhos consistem em explicar à Menina, chamada Margarida, que todas as pessoas têm personalidades diferentes: umas boas, outras nem tanto; estas personalidades são equiparadas a algumas zonas no nosso planeta Terra, formando-se, ao longo da história esta metáfora, em que determinados temperamentos e/ou atitudes são comparadas a sítios/locais do mundo: o deserto, que parece ser vazio e desinteressante, possui também oásis que são, no fundo, zonas férteis onde vivem pessoas. O deserto é comparado, metaforicamente, com algumas pessoas que parecem ser desinteressantes, mas, quando as conhecemos melhor, são mais “bonitas” do que pensamos; a floresta equatorial que está carregada de riqueza e variedade, apresenta-se vistosa e luxuosa, quando cortada, fica com os terrenos áridos.

No fundo, representa as pessoas que, quando ficam sem os seus bens materiais, não são nada nem têm qualquer beleza intrínseca; as areias movediças ou os pântanos, sendo estes últimos um local lamacento e escuro, são habitat para alguns animais e até são úteis para o planeta. Representam as pessoas falsas, que por vezes conseguem “florir” e mostrar que até são boas pessoas; a floresta de coníferas, rica em recursos e possuidora de uma enorme beleza, está localizada no norte do planeta, local por excelência frio e sempre coberto de neve, é conhecida pelas ocorrências de fenómenos raros, tais como as auroras boreais. Representa as pessoas que, mesmo vivendo sob condições hostis, são fortes e, apesar das adversidades da vida, são possuidoras de uma “magia” e beleza incrível; as savanas, zonas semiáridas, muito quentes e secas, são habitat para algumas espécies que se adaptaram ao seu clima extremo, tal como as pessoas que se têm de habituar ao meio em que cresceram e em que vivem; o mar, que representa os dois estados extremos de cada um de nós: calmo num final de tarde, mas também bravo e perigoso; os vulcões que representam as pessoas conflituosas e explosivas, e, por fim, a água, que, no fundo, nem sempre dá luta pois contorna os seus obstáculos, mas também tem a capacidade de os corroer, ou seja, representa a atitude que, por vezes, temos de ter perante algumas situações: não dar luta às adversidades que se colocam na nossa frente, mas, sim, contorná-las. E, embora pareça um ato “cobarde”, a água tem a capacidade de corroer as rochas mais frágeis, ficando intactas apenas as mais duras. As rochas representam a determinação das pessoas e a água a pacificidade, a determinação e a paciência de quem, com muito

trabalho, vai conseguindo o seu objetivo, seja o da água de transformar a superfície da terra, seja o de qualquer um de nós.

O livro termina com a Margarida a aprender/compreender que nem toda a gente é boa e vice-versa; o importante é não nos deixarmos afetar ou ir abaixo por essas más atitudes, mas sim elevarmo-nos sobre as críticas. Sabermos, também, escolher quem são as pessoas que nos vão fazer bem e com quem mais nos identificamos, e aquelas que nos vão prejudicar.

A questão que fica no ar é: quem é a Sábia? Questão esta que tem apenas uma resposta, à qual nem toda a gente sabe responder.

Foi uma apresentação muito agradável e, no fundo, constituiu uma oportunidade de conhecer as caras das pessoas que fizeram parte da obra, saber o significado e o propósito do livro, em primeira mão, pela autora e as impressões que cada um dos envolvidos tem sobre o livro.

No final do espetáculo e da tertúlia, procedeu-se à venda do livro, da qual eu fiquei incumbida, e ainda houve bolo para todos os presentes; bolo este que tinha a forma do livro e a capa do mesmo desenhada.



Figura 7: Evento da apresentação musical de "A Menina e a Sábia".



Figura 6: Capa do livro "A menina e a sábia".

4.2. Elaboração do Catálogo SANA Editora 2018/2019

Tal como foi referido inicialmente neste relatório, fiquei encarregada de refazer o catálogo da editora, uma vez que o antigo estava desatualizado. Assim, recorri, sobretudo, ao programa *Adobe InDesign* para o realizar.

Um catálogo é como se fosse um bilhete de identidade de uma editora: tem presente todo o trabalho elaborado e, através da sua consulta, conseguimos perceber que género de livros edita e para que público se direcciona.

Com os conhecimentos que adquiri nas aulas de Multimédia Editorial e Design Editorial pude fazê-lo de forma eficaz.

Layout do Catálogo

As medidas do documento foram as predefinidas quando se opta pela opção A4. A intenção da capa era conter os três elementos principais: o logótipo da editora, que está presente, quer no topo, ao centro, quer no fundo do documento de forma transparente; o *slogan* da editora: “Aliamos a criatividade à paixão pelos livros” e o título: catálogo. Mesmo a escolha da cor das letras foi pensada de forma a que a cor laranja fosse igual à do logótipo. Tanto a editora como eu ficamos contentes com o resultado final.



Figura 8: Capa do catálogo.

Na página seguinte, estão expostos os títulos dos livros infantis e infantojuvenis. Todas as imagens das capas dos livros foram-me disponibilizadas pela editora. Os livros

aparecem por ordem cronológica de edição com o respetivo preço ao seu lado, entenda-se por aquele ornamento gráfico que integra as palavras “PVP” e o preço. A nossa escolha recai na disposição de quatro títulos/capas por página, ficando todos os 26 livros distribuídos em grupos de quatro pelas onze páginas. A ideia de colocar a ilustração que aparece do lado esquerdo foi dada pela editora de forma a não tornar o catálogo tão “desanimado”. A ilustração faz parte de um livro do catálogo.



Figura 9: Layout da página "Infantis"

A secção dedicada aos “Romances” segue o mesmo layout da do infantil, não integrando qualquer ilustração a não ser as próprias capas dos livros.



Figura 10: Layout da página "Romances".

Na secção dedicada a outros géneros literários, o *layout* é ligeiramente diferente do da secção anterior, apenas porque contém mais géneros literários e, como forma de os identificar, optei por colocar a indicação do género nas margens, na posição vertical, ao lado do respetivo livro a que este corresponde.



Figura 11: Parte da página de "Outros géneros".

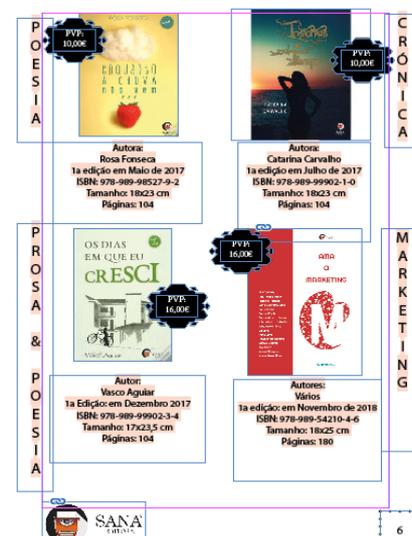


Figura 12: Restante da página de "Outros géneros".

Por fim, na contracapa, a editora decidiu dar destaque ao seu livro, fazendo com que a própria capa deste ocupasse grande plano na parte superior da página, ladeado pelas características que este contém: bilingue e banda sonora. Na parte inferior, a editora decidiu que fosse colocada uma montagem das quatro paisagens que são descritas no livro como fundo transparente, de forma a que fosse incluída uma frase do próprio livro. No rodapé, foi colocado o nome da distribuidora, o *site* da editora e as lojas *online* onde se pode adquirir os livros.



Figura 13: Layout da contracapa.

4.3. Um Comunicado de Imprensa

Uma das tarefas que me foi atribuída foi elaborar um comunicado de imprensa (ver Anexo I) para o livro “A Menina e a Sábia”, algo que estava a aprender na disciplina de Literatura Infantojuvenil, ao mesmo tempo que estagiava.

No fundo, os comunicados de imprensa servem, tal como o nome indica, para comunicar uma informação aos *media*. Neste caso, o comunicado foi usado para divulgação de um livro em particular.

Quanto à estrutura, o comunicado de imprensa contém um *lead*, um título apelativo e parágrafos curtos, linguagem simples e direta e não deve exceder o limite máximo de uma página escrita. Contém sempre a data e o local de origem do comunicado. O desenvolvimento deve ser conciso, mas direto, de forma a que o destinatário não perca o

interesse pelo que está a ler, mas, sim, que fique interessado logo de início. Para além disso, o comunicado deverá conter o contacto, a morada e o *website* da empresa.

Para a elaboração deste comunicado, foi-me dado um exemplo de um já elaborado, de modo a servir-me de guia para saber o que deve conter um comunicado de imprensa.

Em suma, de forma a escrever um bom comunicado de imprensa para aumentar a visibilidade da proposta em questão e para que a probabilidade dos jornalistas e editores dos demais órgãos de comunicação social aumente, este deverá possuir um título cativante e que cause impacto e capture a atenção dos *media*, estando relacionado com a proposta a apresentar, direta ou indiretamente. É importante a introdução de um subtítulo, uma vez que se trata de realizar uma proposta que cativa a imprensa, não se tratando apenas de um anúncio publicitário.

A inserção do local e da data de emissão do comunicado revela-se um pormenor fulcral para que o seu recetor possa considerar legítima a fonte do mesmo, sendo que o local deverá remeter para o local de origem do comunicado.

O desenvolvimento do conteúdo deverá focar-se em responder às questões: Quem? O quê? Onde? Quando? Porquê? e Como? Se o comunicado se assemelhar a uma notícia e não a um anúncio, a probabilidade de a comunicação social notar e atribuir-lhe uma maior relevância ao ponto de ser divulgado nos meios de transmissão social é maior. Convém ter cautela quanto ao uso da linguagem, em escrever em português correto de forma clara e sucinta. Demasiada informação pode levar ao desinteresse.

Para aumentar a visibilidade da editora, neste caso, o comunicado de imprensa pode integrar informação acerca da mesma, do foco da sua atividade e dos produtos e serviços que presta. Convém não esquecer de inserir a localização da instituição e do contacto, tais como dados de identificação pessoal, assim como contacto telefónico e endereço de *e-mail*.

4.4. Revisão Textual

O processo de revisão de um texto passa por um processo de reescrita que pressupõe determinadas alterações ao conteúdo original de uma obra, tendo como principais focos a organização, o estilo, a ênfase e a simplificação de um texto. Implica acrescentar ou retirar informação de modo a que o texto se mantenha o mais coerente e simples possível, podendo reestruturá-lo ou até reformulá-lo. Públio Athayde define a revisão como:

[...] o conjunto das interferências não autorais no texto visando sua melhoria. Trata-se da reconsideração alheia a um texto original. As mudanças introduzidas desta reconsideração podem atingir palavras, frases ou parágrafos e ocorrem por supressões, inclusões, inversões ou deslocamento.

(Athayde, 2012, p. 11)

Acima de tudo, o revisor deve respeitar a integridade de uma obra, de maneira que não pode colocar palavras da sua autoria sem a autorização do autor, mas, sim, oferecer sugestões de melhoria.

De forma a que uma revisão seja bem-feita, o revisor deve ter o cuidado de ler a obra original para perceber o seu estilo, conteúdo e significado, de modo a que, na revisão, procure não alterar a integridade da obra.

A fase de preparação de originais constitui uma das mais delicadas da editoração, exatamente porque se situa num território pouco objetivo, entre o bom senso do revisor e o estilo do autor. A interferência do preparador no texto alheio inclui desde a revisão ortográfica até a argumentação, com o autor, sobre a necessidade de mudanças estruturais no texto, em função de eliminar incongruências ou exageros. A tarefa do revisor, portanto, além de incluir o cuidado para não ferir a suscetibilidade de quem escreve, consiste em saber delinear a frágil fronteira entre o estilo e a inadequação linguística. Há que vagar, então, pelo nebuloso caminho da subjetividade, sem perder de vista o objetivo do trabalho.

(Perpétua, 2008, pp. 78-79)

Assim, no âmbito da revisão textual, tive a oportunidade de rever, na íntegra, o segundo livro escrito pela jovem Sofia Silva, uma menina de 12 anos que viu o seu primeiro livro “Quem Raptou o Meia-Lua?” editado e publicado em Portugal, com apenas 8 anos de idade.

Para além de ter feito algumas sugestões à autora apenas de reformulação de frases, efetuei algumas correções de erros que notei recorrentes na sua escrita. (Tabela 1). Estes foram os mais comuns, embora houvesse outros a nível gramatical, lexical e até semântico. Dado a autora ser muito jovem, o uso de expressões coloquiais era muito frequente, assim como a ênfase dada a certas palavras, de modo a exprimir determinadas sensações, entenda-se, a adição e por conseguinte, repetição de letras numa palavra, por exemplo, “NÃOOOOO!!”. Contudo, não considerei um erro, dado que o livro é infantojuvenil e este estilo de escrita acaba por se enquadrar no seu género e público-alvo.

Independentemente dos aspetos que o revisor terá de intervir na obra, este terá sempre de a ter em conta no seu todo, respeitando o seu nível estrutural e o seu conteúdo. De modo a tornar a obra o mais coesa e coerente possível, o revisor procederá também a uma normalização do texto.

4.4.1. Tipos de Revisão e trabalho de revisão da obra “Quem Raptou o Meia-Lua?”

Embora a revisão seja feita e vista como um todo, esta subdivide-se em várias categorias, nas quais o revisor tem de ter especial cuidado e conhecimento

No meu caso, apenas tive de realizar revisões de normalização e linguística, uma vez que se tratava de um livro simples de rever, tendo em conta as restantes revisões e ao que se destinam. Na tabela abaixo assinalei as revisões que fiz, assim como os erros que fui encontrando e verificando mais comuns da autora na obra “ Quem raptou o Meia-Lua?”.

Exemplos de normalização	ORIGINAL	CORREÇÃO
Duplos espaços	“Não sei onde ele apanhou uma doença destas – disse Odi”	“Não sei onde ele apanhou uma doença destas – disse Odi.”
Espaços antes ou depois da pontuação	“- Muito bem. Fica combinado ! – responderam todos em unísono”	“– Muito bem. Fica combinado! – responderam todos em unísono.”
Substituição de hífen por travessão (ou semi-travessão)	“- Chega de conversa! – disse Mister Moglin.”	“– Chega de conversa! – disse Mister Moglin.”
Normalização de formatações	madmoiselle	<i>Mademoiselle</i>

Tabela 1: Exemplos retirados da obra “Quem raptou o Meia-Lua?” através de uma revisão de normalização.

Intervenção linguística	ORIGINAL	CORREÇÃO
Normalização de tempos verbais	“Tem um sexto sentido muito apurado e na brincadeira os amigos dizem que na outra vida ele devia ter sido uma gata.”	“Tem um sexto sentido muito apurado e na brincadeira os amigos dizem que na outra vida ele deverá ter sido uma gata.”

Tabela 2: Exemplo de revisão linguística.

Durante a lecionação das disciplinas de Técnicas de Revisão Textual e Técnicas de Revisão em Tradução, foi-nos ensinado como rever um texto manualmente, através do uso de símbolos, algo que, nos dias que correm, se apresenta como uma técnica desatualizada. Porém, foi-nos ensinado o que, no fundo, é o ato de revisão.

Na primeira fase, os capítulos chegavam até mim através da editora que, por sua vez, lhe eram enviados, via correio eletrónico, pela mãe de Sofia, a autora. Eu recebia os capítulos, de forma separada, e procedia à sua revisão. Como referi anteriormente, a revisora, Mafalda Frade, ensinou-me a utilizar as ferramentas que o *Microsoft Word* disponibiliza para a revisão de um documento. Assim, comecei a rever de acordo com os meus ensinamentos, sabendo que a minha revisão seria revista/corrigida pela revisora.

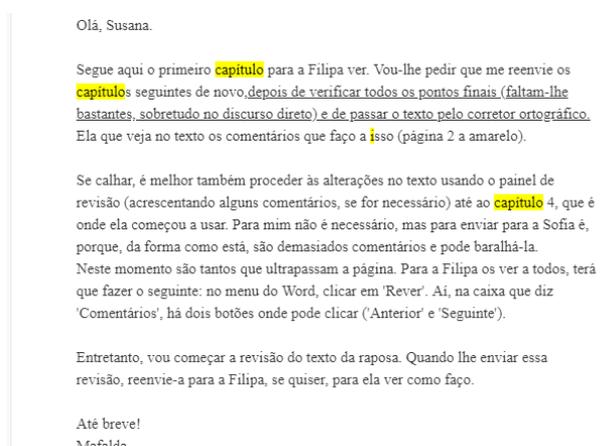


Figura 14: Email com as correções feitas pela Mafalda sobre o capítulo I da obra “Quem raptou o Meia-Lua?”.

Assim, juntamente com esta mensagem (Figura 14), recebi a correção à minha revisão do primeiro capítulo. À medida que eu ia revendo, a revisora supervisionava o meu trabalho, eu corrigia segundo as suas indicações e, só depois, já estando o documento com as correções feitas e aprovadas, era enviado para a mãe da autora. A seguir, esta aceitava ou não as correções feitas, voltava a enviar para a editora, que depois me reenviava, para corrigir o documento, ou seja, concordar/aceitar com as mudanças propostas, para, no

final, enviar para a revisora, a quem cabia fazer a paginação do livro. O trabalho foi feito desta forma, de modo a que não houvesse gralhas ou mal-entendidos.

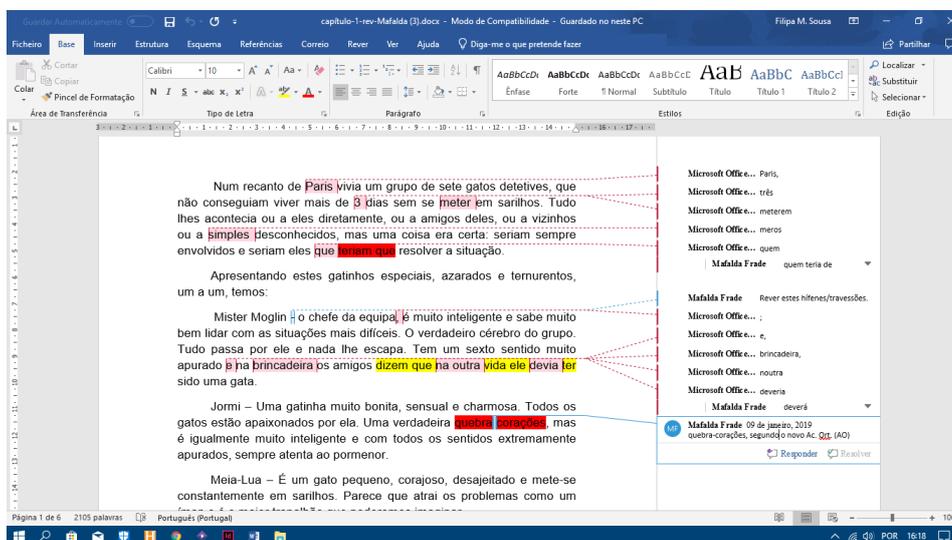


Figura 15: Primeiras correções da Mafalda na obra..

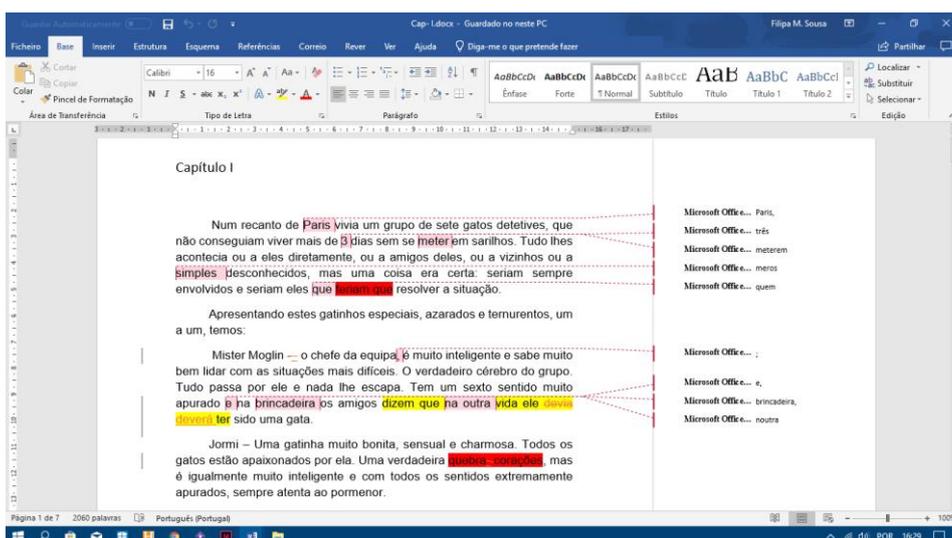


Figura 16: Alterações feitas por mim dadas as correções..

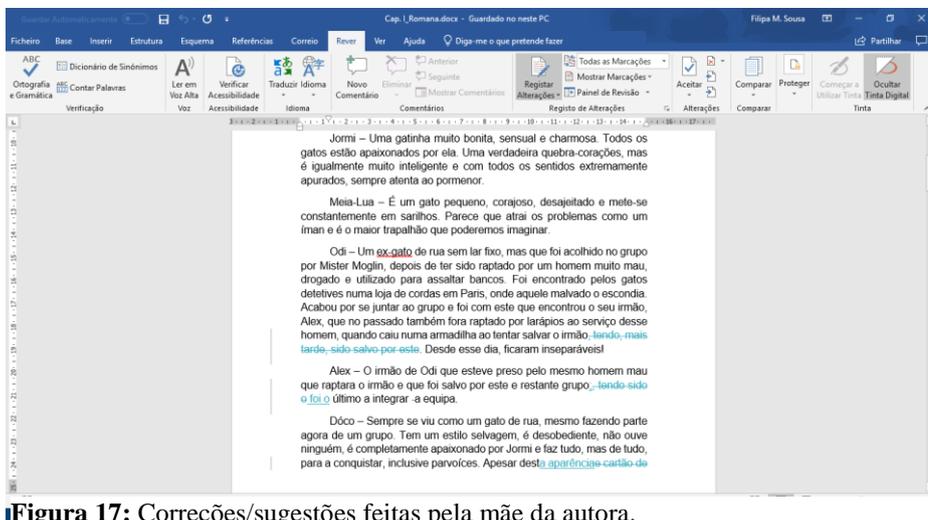


Figura 17: Correções/sugestões feitas pela mãe da autora.

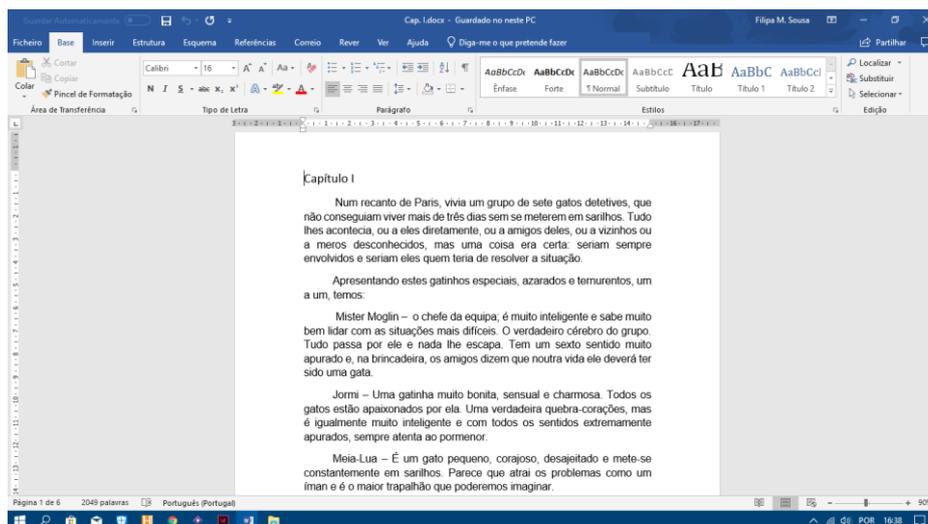


Figura 18: Texto completo e corrigido.

4.5. Paginação do Livro “A canção da raposa” de João Moreira

Depois de terminar a tarefa de rever um livro, coube-me paginar um outro intitulado “A canção da raposa”.

A revisão ficou a cargo da revisora, de modo a que o processo fosse mais rápido e o livro ficasse pronto a tempo. Porém, as coisas nem sempre correm como planeado, por muito que haja um esforço para que não haja contratemplos. Como não consegui terminar o livro dentro do meu período de estágio, porém comprometi-me a terminá-lo mesmo assim.

As primeiras características a definir foram: a dimensão das páginas e das margens, um número aproximado de páginas, o tipo e tamanho de letra, e o *layout* das páginas do corpo de texto.

Foi enviado para o autor um documento em “.pdf” com vários tipos/famílias de letra e tamanhos, para que este pudesse escolher o que mais lhe agradasse. O tipo e tamanho de letra escolhidos foram “Goudy Old Style Regular” tamanho 11 pts. com a entrelinha de 14 pts. Assim, a composição do livro seria:

- Miolo + Capa semidura
- Formato: 230 x 180 mm (miolo, fechado e aparado).
- N.º Páginas (miolo): 120 (aproximadamente)
- Miolo: Impresso a 4/0 cores, em papel offset creme de 90g/m²;
- Capa: Impressa a 4/0 cor, em cartolina cromo de 240 g/m².
- Acabamento: Miolo colado à capa plastificada a mate 1F

Como mencionei anteriormente, o livro ainda não estava terminado, pelo que não tive possibilidade de avançar com a parte relacionada com a gráfica, ou seja, a sua impressão, capa e acabamento, tendo sido lançado a 14 de dezembro de 2019.

O livro possui ilustrações de Samuel Santos que tiveram de ser digitalizadas, uma vez que vieram em papel, com cerca de 300 dpi's de modo a que não perdessem qualidade, e manipuladas no *Photoshop*.

Durante a paginação, várias questões e dúvidas se levantaram: onde colocar as ilustrações, de modo a que o livro não ficasse sobrecarregado com imagens e com demasiado “ruído” e informação, algo que falarei mais adiante, colocando-se mesmo a hipótese de usar apenas texto. Conteí com a ajuda, quer da editora quer da revisora, de maneira a que o livro ficasse mais aprazível a nível estético e gráfico. Outra questão que surgiu foi a normalização de início de capítulos. Esta questão perdurou, uma vez que à medida que o livro foi ganhando forma, tornou-se difícil manter uma uniformização neste aspeto, sendo que havia capítulos a começar na página par e na página ímpar. Houve uma preocupação em manter a paginação e distribuição das ilustrações coesa e uniforme, para que não ficassem páginas com demasiadas ilustrações ou que estas ficassem colocadas numa certa posição, evitando a repetição deste “esquema”. Certificamo-nos de que havia uma harmonia em todas as páginas a fim de não causar transtorno ou confusão ao leitor quando estivesse a folhear e a ler o livro.

Um cuidado necessário foi a questão das letras viúvas e órfãs. Na verdade, este tópico implica que, aquando da paginação de um livro, devemos ter em atenção a translineação das palavras, sob pena de aparecerem “órfãos”, ou seja, sílabas soltas no final do parágrafo, e também convém não deixar palavras ou linhas muito curtas no princípio ou no fim de um parágrafo, as chamadas “viúvas”.

A fim de melhor exemplificar a planificação do livro, estruturarei os passos da sua produção, começando por mostrar a grelha/estrutura das páginas do corpo do texto, uma vez que estas eram as mais uniformes, já que a dos capítulos era variável.

4.5.1. Demonstração da Grelha

A grelha tipográfica pode ser entendida como um “esqueleto” de uma página, na qual o paginador consegue idealizar onde cada parte constituinte da página do livro, seja o número de página, seja o corpo de texto, sejam as ilustrações, deve ficar, de modo a tornar a leitura o mais harmoniosa possível.

A importância da criação de uma grelha tipográfica explica-se por “(...) um sistema de organização do espaço e distribuição dos elementos na página é também a revelação de uma postura psicológica, mostrando que o designer gráfico concebe os seus projetos segundo ideias que evocam a organização e racionalidade, expressão de uma ética profissional, baseada num pensamento de carácter matemático, transparente, funcional e estético. A grelha que seja usada como um sistema ordenado exige ao designer gráfico que pense no problema que tem em mãos e que o analise, impulsionando o pensamento e a reflexão, fundamentado em ideias lógicas e critérios objetivos.” (Cardoso, 2017, p.36)

Assim, neste esquema que elaborei (Figura 19) pretendo demonstrar o *layout* das páginas do corpo de texto, assim como as medidas adotadas para as margens.

A grelha em si revela-se bastante simples, uma vez que o corpo de texto não variava na estrutura, apenas lhe poderiam ser acrescentadas ilustrações. Não houve necessidade de criar colunas, assim que o *layout* das páginas revela-se um tanto básico até, dada a estrutura geral do livro.

Em suma, a finalidade da grelha é dar consistência aos layouts” — é a soma, o conjunto dos elementos gráficos: imagens, ilustrações, infografias, capítulos, parágrafos, títulos, subtítulos, etc. São exemplos de generalidades visuais para, uma vez bem estruturados podem conferir grande poder visual à publicação.

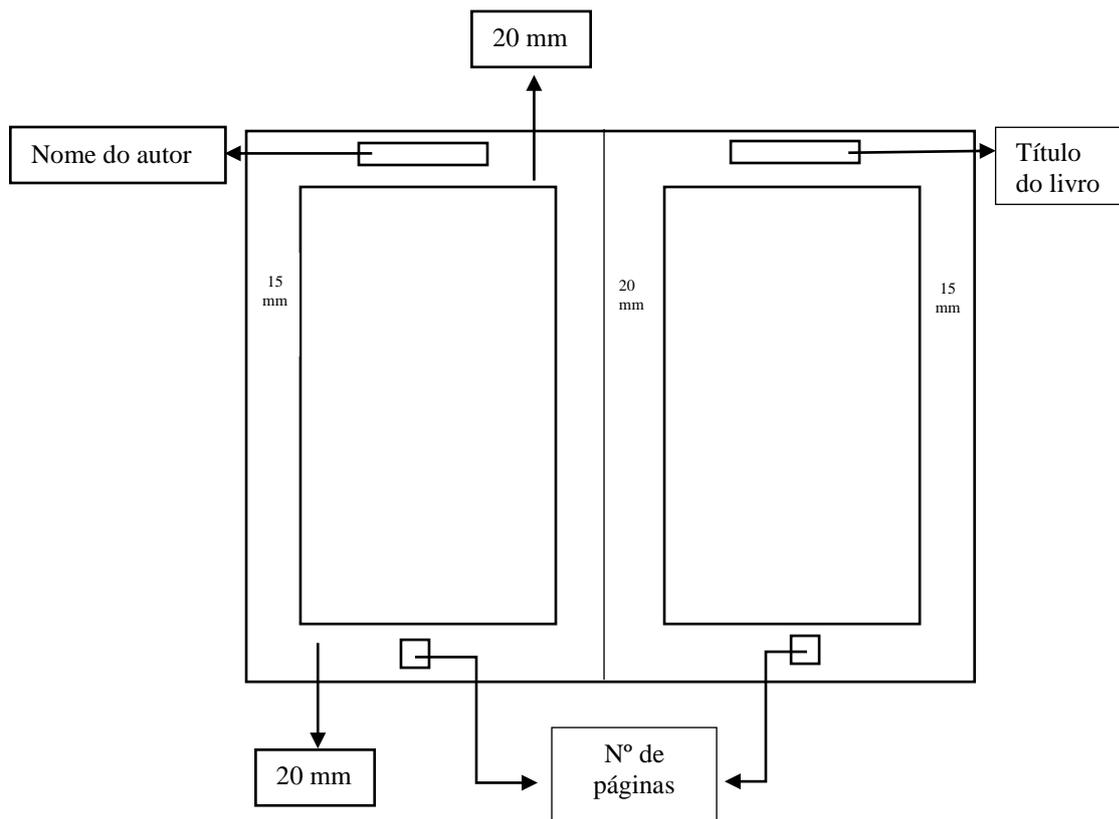


Figura 19: Grelha tipográfica elaborada para a obra “A canção da Raposa”.

4.5.2. Margens e Colunas

A escolha da largura da coluna e das margens tem como finalidade proporcionar uma melhor e mais confortável leitura do texto. Também temos de ter em conta o formato do livro e a forma como o leitor vai “agarrar” o livro enquanto o lê. Para isso, e tendo em conta esses fatores, convém optar por umas margens externas maiores, uma vez que o leitor agarrará o livro pelas suas extremidades laterais, de forma a que este não tape o texto com as mãos. Segundo Cardoso (2017, p. 53), as margens devem cumprir três funções: a primeira que deve prender a mancha tipográfica à página e deve unir as duas páginas que fazem parte da constituição do *spread*; a segunda que deve enquadrar a mancha gráfica no *design* da publicação; e a terceira e última, que deve proteger o conteúdo visual, facilitando a leitura, e o manuseamento do objeto por parte do leitor, as margens devem constituir uma barreira de segurança para o leitor colocar os polegares.

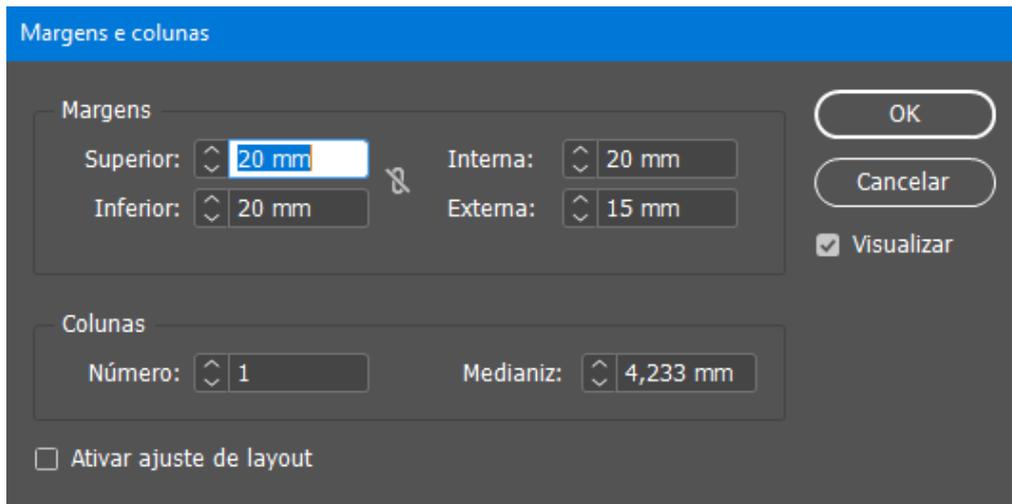


Figura 20: Predefinição das margens e colunas.

4.5.3. A Importância da Sangria/Bleed

Aquando da estruturação das margens, foi-me indicado que colocasse a sangria. Ao início, fiquei confusa pois desconhecia o termo, porém foi-me explicado que esta função permite que haja uma margem de erro quando o documento for impresso, correndo o risco de ser cortado. A margem da sangria pode ir até aos 5mm, de modo a que essa margem de erro assegure que não se perderá nenhum pormenor do documento. A sangria, no documento, toma a forma de uma linha vermelha que contorna todo o documento.

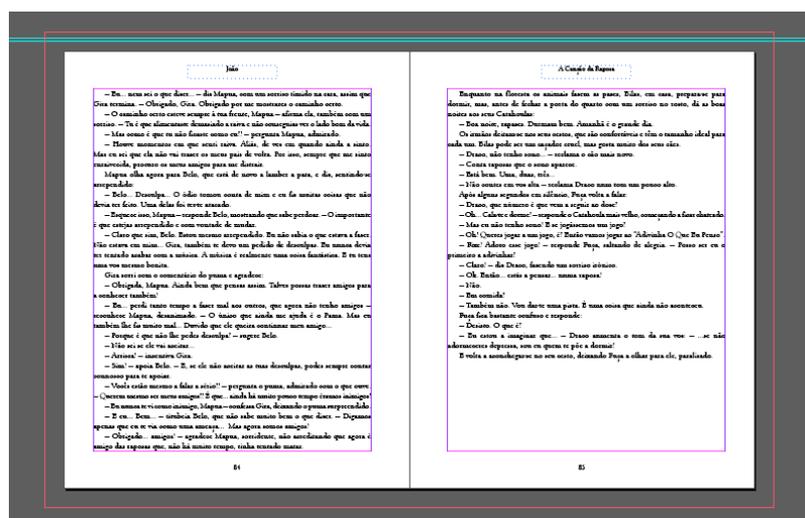


Figura 21: Demonstração da sangria/bleed.

Para uma maior segurança, na fase final do documento, ou seja, na sua exportação para o formato pdf (Figura 22), no momento em que se tenciona levá-lo para a impressão,

deve-se, ainda, colocar as marcas de corte (Figura 23), de modo a que, quando o documento chegar à gráfica, estes saibam exatamente onde passar a guilhotina nas páginas.

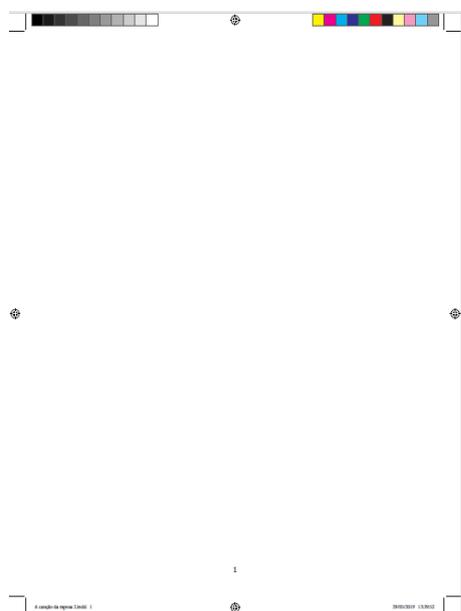


Figura 22: Demonstração final.

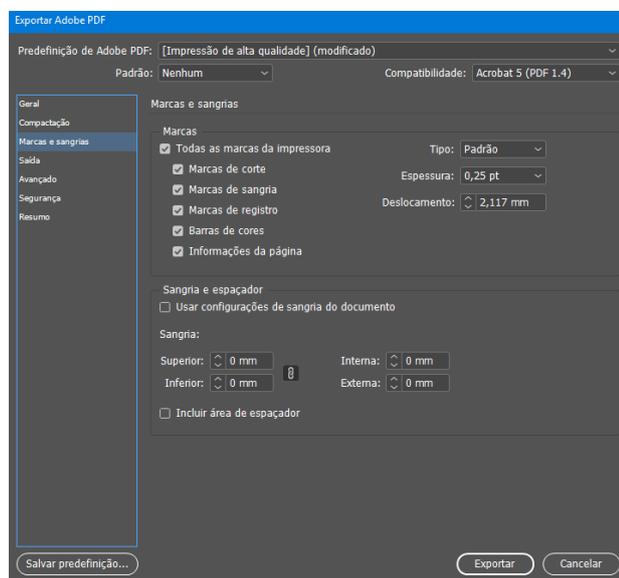


Figura 23: Seleção das marcas de corte e exportação para pdf.

4.5.4. A Hierarquia e o Espaço em Branco

Ao estruturar um texto, temos de atender à hierarquia dos seus componentes, devendo, como tal, assinalar o contraste que deve existir entre o título e o corpo de texto, facilitando, assim, ao leitor a leitura e a rápida identificação dos componentes.

Quanto à questão do espaço em branco, convém realçar a sua importância, pois, caso não existisse, não haveria uma separação dos conteúdos, ficando estes tão próximos que se tornaria difícil a leitura do texto.

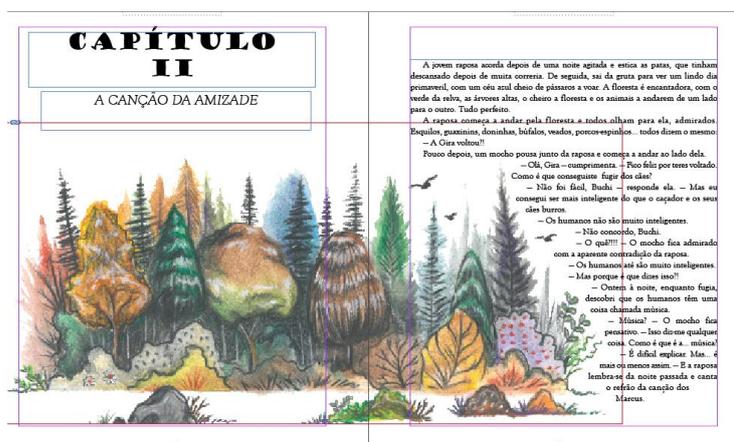


Figura 24: Exemplificação da hierarquia.

No exemplo acima apresentado (Figura 24), tornou-se importante marcar a hierarquia entre o capítulo em questão e o respetivo título, utilizando um contraste a nível de tamanho de letra com o estilo aplicado. A fonte escolhida possuía uma variedade de estilos, sendo mais fácil hierarquizar o conteúdo.

O espaço em branco serviu, não só para separar a ilustração do texto, uma vez que, se este fosse inexistente, a leitura e a disposição dos conteúdos da página tornar-se-ia ilegível, como também para dar a entender ao leitor onde realmente começa o texto. Daí existir aquele espaço em branco na página da direita. Concebe-se, assim, uma maior harmonia à página e a identificação dos componentes fica facilitada.

4.5.5. Kerning

O *kerning* é uma das funções utilizada no *design* editorial que concerne ao espaçamento entre caracteres. Ao longo do processo de paginação, deparei-me imensas vezes com a necessidade de ajustar o espaçamento entre caracteres de modo a que não fosse criada a ilusão de duas letras estarem juntas e parecerem uma só. Também utilizei essa função para que não ficassem palavras soltas, nas margens, no final de um parágrafo, o que tornaria a mancha gráfica do documento desagradável.



Figura 25: Demonstração com um círculo vermelho do *kerning*.

4.5.6. A Utilização do *Text Wrap*

À medida que fui colocando as imagens, surgiu a necessidade de criar uma harmonização e uma ligação criativa com o texto. Assim, apliquei a função *text wrap* que faz com que o texto delimite a imagem de acordo com a forma da mesma, criando um efeito criativo e de agradável leitura, já que o livro se destina a camadas mais jovens.

Esta função foi aplicada diversas vezes no documento, uma vez que existiam muitas ilustrações de momentos da história específicos que só ficariam bem enquadrados se posicionados no texto sob esta função.



Figura 26: Exemplificação de *Text Wrap*.

5. Algumas reflexões sobre o processo de paginação de um Livro Infantojuvenil

Temo-nos vindo a aperceber que, no mercado livreiro, há cada vez menos uma distinção e uma separação entre o que é ou não adequado para uma certa idade. Temas como a guerra, a sexualidade, a morte, o divórcio, considerados outrora como “tabu” para crianças (menos de 12 anos), deixaram de o ser: temos vindo a assistir a uma inserção destes temas, embora de uma forma mais leve e subtil, nos livros infantis, de forma a criar uma consciencialização nas crianças e, de certo modo, ajudar a ultrapassar e compreender estas casualidades da vida.

No que diz respeito à sua paginação, o *designer* tem de ter especial cuidado em saber para que público se destina a obra. A execução do livro passa por diversos profissionais, tendo o *designer* o papel de juntar toda a informação e finalizar o objeto final da melhor forma, tendo sempre em mente o público-alvo para que se destina (Haslam, 2007, p. 16). Numa altura em que há imensa diversidade e criatividade a nível gráfico, o livro – ou melhor – a capa do livro que “conquistar” o olhar ao leitor é o verdadeiro vencedor.

Tendo os livros infantis como uma das suas principais características as apelativas, sendo que no limite estas quase nem necessitam de texto para “comunicar” e fazer chegar ao leitor a mensagem que se pretende transmitir. A forma como estas estão trabalhadas e dispostas pelo livro apresenta uma grande importância a nível gráfico. Segundo Isabel Rosado (2011, p.41), “O suporte físico, a forma do livro, os caracteres gráficos e as ilustrações são importantes na construção de estratégias apelativas, aparecendo como

elementos fulcrais na promoção do gosto pelo livro, pela leitura e conseqüentemente no contributo para formar e modelar leitores assíduos e proactivos.”

Dada a diversidade de livros infantis que disponibilizamos, os livros álbum têm tido alguma relevância, pois estes, para além de não terem texto, acabam por estimular a criatividade e imaginação da criança. Contudo, embora comecem a ter alguma importância, de acordo com Ana Margarida Ramos (2018, p.37)³, “a crítica, sobretudo a oriunda dos estudos literários, contudo, tende a não considerar essas produções, atendendo à ausência de texto verbal, não obstante o cariz narrativo dessas publicações, bem como aos seus destinatários preferenciais.”

O livro-álbum sem texto impõe, pois, uma leitura que vai mais além da decifração e da denotação, não podendo dirigir-se preferencialmente a um público que não tenha ainda adquirido a competência leitora. Até porque são evidentes as diferenças entre as habilidades de leitura do texto e da imagem, exigindo o domínio de outros códigos e composições, não constituindo uma competência inata ou ao alcance de todos. (Ramos, Ana Margarida, 2018, p.38)⁴

Deste modo, há vários tipos de livros consoante as faixas etárias. Alan Male (2007, p. 148) classifica-as e subdivide-as em cinco categorias: dos seis meses até aos dois anos, o sentido predominante numa criança é o tato, daí que os livros indicados para esta faixa etária apelem sobretudo a esse sentido. Livros de banho e de pano, nos quais a criança tem a possibilidade de ter um contacto direto, são os mais indicados; dos dois até aos cinco anos, idades nas quais as ilustrações de um livro são tão ou mais importantes que o texto em si, os livros *pop-up* e livros ilustrados (*picture books*) são os mais recomendados.

Dos cinco até aos oito anos, surgem como opções livros com capítulos, uma vez que as crianças já iniciaram o processo de aprendizagem da leitura, já podem interagir com livros mais sofisticados, que apelem à compreensão e interpretação; dos oito aos doze anos, livros com narrativas mais complexas que estimulem o sentido crítico da criança com histórias mais elaboradas, introdução de géneros literários diferentes, tais como, por exemplo, romances e policiais adequados à idade; mais de doze anos, livros classificados

³ <http://hdl.handle.net/10773/25105>

⁴ <http://hdl.handle.net/10773/25105>

como literatura jovem-adulto, nos quais há já um estilo de escrita diferente, um menor uso de imagens, uma narrativa mais complexa e densa.

Não só as ilustrações são importantes como também o tipo de letra escolhido. Num livro onde há demasiada informação para os olhos de um leitor jovem assimilarem, a escolha do tipo de letra indicado para a sua leitura e o respetivo tamanho são dois aspetos a ter em conta. Opta-se por um tipo de letra serifado em livros com mais texto, tornando assim a leitura mais agradável e facilitada. A tipografia destes livros deve ser grande e com muito boa legibilidade, com letras e espaçamentos claros e as palavras agrupadas em unidades de sentido (Hochuli e Kinross, 2004, p. 78). É importante encontrar um meio-termo no que diz respeito a estes aspetos, uma vez que são estes pequenos detalhes que podem levar à formação de novos leitores.

Na hora de paginar um livro, há certos aspetos e regras às quais devemos obedecer e, de acordo com Williams (1953, *passim*), estabelecem-se os seguintes princípios básicos da tipografia:

- O contraste, que consiste em evitar elementos semelhantes nas páginas (tipografia, cor, tamanhos, forma, espaços, etc.) que não sejam exatamente iguais (criando-se conflito); assumir as diferenças; criar interesse visual; organizar / hierarquizar a informação.

- A repetição, ou seja, o ato de repetir elementos visuais ao longo de toda a peça a produzir: cores, formas, texturas, relações espaciais, fontes, etc.; esta repetição acaba por reforçar a unidade estrutural, seguindo contudo as regras através de padrões e repetição.

- O alinhamento, uma vez que nada deverá ser colocado na página arbitrariamente, tendo de haver uma ligação visual com os restantes elementos; a página tem de ter um visual limpo e organizado, existindo uma unidade espacial de modo a evitar pequenos desalinhamentos. O alinhamento também se descreve como um posicionamento racional e consciente, lidando com questões de simetria e assimetria. Estas questões revelam uma importância significativa na hora da composição de um livro, uma vez que, e tal como é defendido por Hochuli e Kinross (2004), quando abrimos um livro, este mostra uma simetria em espelho tendo o eixo na espinha em torno da qual viram as páginas. Qualquer paginação terá de ter em conta este fator de simetria. De um ponto de vista da paginação não é importante a página individualmente, mas sim a composição final (o *spread*), o movimento das múltiplas páginas, entendido como a unidade.

- A proximidade implica que os itens que estejam relacionados uns com os outros devem ser agrupados em unidades lógicas de proximidade. Quando agrupados estes itens transformam-se numa unidade visual/lógica. Este princípio ajuda a organizar, reduz a entropia e estrutura a informação. Utiliza-se este princípio de forma a evitar a dispersão de elementos e equilibrar o espaço em branco.

Um outro cuidado a ter são as definições das medidas das margens. Uma mancha de texto em que haja um equilíbrio entre o espaço em branco e o texto, não só proporciona uma leitura mais agradável, como também, a nível estético, fica tudo mais organizado e aprazível. Sendo um livro infantojuvenil, deveria ter umas margens exteriores grandes, de modo a que, aquando da sua leitura, os polegares do leitor não ficassem sobrepostos sobre o texto.

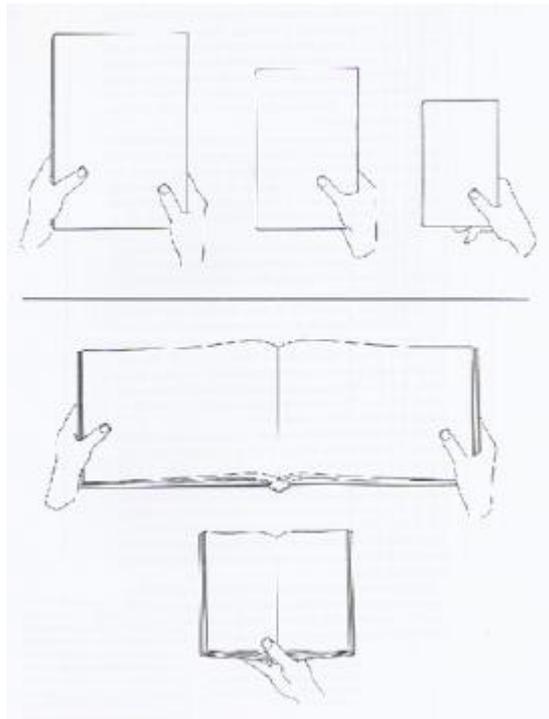


Figura 27: Imagem retirada do livro "Designing Books: Practice and Theory" de Jost Hochuli e Robin Kinross (2004).

A mancha gráfica, as margens, o espaço em branco são alguns dos fatores que devem ser tidos em conta aquando da distribuição das ilustrações, de modo a que estas não ocupem o papel central na obra, mas apenas complementar, não descuidando a sua importância. Tem também de haver particular atenção no modo como as páginas do livro são preenchidas, para que a atenção do leitor não seja facilmente perdida, mas, sim, capturada.

Quanto à escolha do formato do livro, as suas predefinições são definidas *a priori*, tendo em consideração as mãos e os olhos humanos a quem se dirige a obra, o que acaba por determinar os limites superiores e inferiores, ou seja, as margens, a espessura e o peso. Se considerarmos um livro de leitura extensa e contínua, o mesmo acaba por impor menos problemas a nível da sua “construção”, digamos assim, do que, por exemplo, um livro com ilustrações. O primeiro deve ter em consideração questões como o tamanho e a legibilidade; por sua vez, o segundo acaba por fazer com que o *designer* saiba responder e respeitar questões na ordem da visibilidade, de pormenor, de proporções e integração de diferentes tipos de conteúdos (Hochuli e Kinross, 2004, p. 36).

Os mesmos autores defendem certas regras para dois formatos de livros distintos:

- Livros para leitura contínua – romances e histórias: formato estrito em reduzido para ser segurado de preferência por uma mão. Comprimento da linha entre os 45 a 65 caracteres, um tipo de letra intemporal, clássico e serifado com um espaço entrelinha generoso para permitir uma leitura contínua e rápida. Quebras de parágrafos e secções anunciadas para uma navegação mais rápida.

- Literatura ilustrada: um formato que harmonize texto e imagem é por vezes muito difícil, mas um dos desafios mais estimulantes. A escolha do tipo de letra tem de se relacionar com as imagens – não pode ser demasiado denso (a mancha proporcionada pelo bloco) nem demasiado clara em relação às imagens de modo a não se sobrepor.

Nomeadamente quando se procede à formatação do texto, por vezes, é comum aparecerem vários casos de “dentes de cavalo”, ou seja, quando é formado um espaço exageradamente grande entre as palavras, ou “rios”, que é o nome dado ao conjunto de linhas que possuam vários “dentes de cavalos”. Regra geral, isto acontece quando o texto é alinhado centralmente e justificado. Para evitar que estes elementos apareçam, o programa *Adobe InDesign* tem uma opção de “hifenização” que, no fundo, reorganiza as translineações do texto, para que não ocorram aqueles erros tipográficos.

Ainda mais comum do que estes erros tipográficos anteriormente mencionados, são as “viúvas” e as “órfãs”. As “viúvas” é o nome atribuído a uma palavra ou linha que fica colocada, de forma isolada, na página seguinte do documento, no final de um parágrafo, por falta de espaço na anterior. As “órfãs” são quase a mesma coisa, mas na situação inversa, ou seja, situam-se no início de um parágrafo, isoladas numa página, e o resto do

texto avança para a página seguinte pela falta de espaço referida na definição anterior. Porém, assim como se pode evitar a ocorrência de “dentes de cavalo”, também as “viúvas” e as “órfãs” podem ser prevenidas, se for controlado o tamanho da fonte e o espaçamento entre linhas e letras (*kerning*). Geralmente, estas situações surgem quando o texto é alinhado à esquerda.

Quanto ao livro em si, as medidas são previamente escolhidas e ditadas pelo escritor, tal como o tipo de papel e as restantes questões gráficas. Porém, nem sempre o escritor sabe quais as melhores opções, por isso cabe ao assistente editorial aconselhar a melhor opção.

No caso dos livros infantis ou juvenis, muitos destes elementos são inexistentes, tendo como objetivo simplificar ao máximo a composição dos mesmos. Geralmente, apresentam apenas a ficha técnica, as folhas de rosto e anterrosto e a da dedicatória.

Depois de escolher qual será a capa do livro, a paginação do mesmo integra os chamados de “componentes pré-textuais” que, de acordo com Masterson (2005):

- Folha de anterrosto – Folha que antecede à folha de rosto e que apresenta o título da obra.
- Folha de Rosto – Folha que contém o título da obra, assim como os outros elementos relacionados, como o subtítulo, o nome do autor e o logótipo da editora.
- Folha da ficha técnica – Esta página, normalmente localizada no verso da folha de rosto, apresenta os elementos que integraram a realização da obra, tais como: informação da editora (logótipo, morada), ano da primeira edição, *copyright* que é normalmente seguido do texto: “Reservados todos os direitos. É proibida a reprodução desta obra por qualquer meio sem o consentimento escrito da editora, abrangendo esta proibição o texto, a ilustração e o arranjo gráfico. A violação destas regras será passível de procedimento judicial de acordo com o estipulado no Código de Direitos de Autor e dos Direitos Conexos.”, título original, nome do autor, editor, revisor, paginador e tradutor, caso este exista, nome da gráfica responsável pela impressão do livro, o ISBN e o depósito legal.
- Folha da dedicatória – Esta folha é de preenchimento opcional, onde normalmente, o autor dedica a obra a alguém.
- Folha dos agradecimentos – Espaço dedicado ao autor, onde este aproveita para agradecer e reconhecer o apoio recebidos.

- Folha da epígrafe – Página com citação ou breve pensamento que geralmente aparece no início do livro.
- Folha do índice ou sumário – Página que apresenta a estrutura ordenada do livro por número de página.
- Folha de prefácio – Página que antecede a introdução, na qual o autor ou outro indivíduo faz uma apresentação que explica as razões que subjazem à realização da obra.
- Introdução – Nesta página, o autor introduz e contextualiza o leitor sobre o texto principal.

Depois do prefácio e da introdução, segue-se o texto principal, dividido por capítulos. E no final do livro é costume encontrar: notas de autor (páginas dedicadas a informação extra do autor relacionada com a obra), glossário, se o livro contiver termos estrangeiros e palavras eruditas que necessitem de uma explicação do seu significado, e a bibliografia com a lista de referências usadas para a elaboração da obra.

Depois de estarem completas e inseridas estas páginas que, no fundo, correspondem às partes que um livro deve conter obrigatória ou opcionalmente, avança-se para o texto em si. Sendo um livro dedicado e pensado para as camadas jovens, a distribuição das ilustrações e a sua conjugação com o texto apresenta-se como fulcral e determinante para o sucesso ou não do livro. É neste campo que o *designer* aplica todo o seu conhecimento e parecer estético, sempre em concordância com os valores e escolhas do autor.

A simplicidade que tenta transparecer num livro infantojuvenil, como podemos ver, acaba por ser complicada, pois há ponderação na adoção de critérios e normas a cumprir, levando a que o resultado final seja o pretendido e o adequado. A adequação de um livro para a faixa etária de uma criança é importante e revela-se um fator crucial na altura da tomada de decisão da compra do mesmo. A forma como o conteúdo está apresentado e exposto e a sua relação com as ilustrações que constituem a obra revela-se fulcral na formação da criança, uma vez que é através destas impressões que começa a formar opiniões a respeito de determinados assuntos.

“Uma criança que lê, será um adulto que pensa.”

Notas Finais

De um modo geral, considero que o meu estágio foi bem-sucedido porque tive a oportunidade de pôr à prova os meus conhecimentos e de crescer, assim pude ajudar a editora a crescer. Foi um desafio e considero-me orgulhosa, pois consegui superá-lo.

Descobri que ainda tenho alguns aspetos a melhorar, mas creio que, com o devido tempo e experiência, conseguirei transformar esses mesmos aspetos em conquistas. A área da multimédia, na qual sentia e sinto algumas dificuldades, revelou-se não tão assustadora como eu pensava que fosse, graças à motivação da Dr.^a Susana Freitas, que me deu a oportunidade de demonstrar aquilo que realmente era e sou capaz.

Ao longo destes quase cinco anos em que frequentei o curso de Estudos Editoriais, nomeadamente a Licenciatura e o Mestrado, foram poucas as disciplinas nas quais nós, alunos, pudemos ficar com uma perceção real do mundo editorial. A teoria é-nos ensinada, mas a prática é um complemento importante nesta área. Apenas com a realização de um estágio numa editora conseguimos realmente perceber o meio. Assim, com base em noções teóricas que apreendi, quer na licenciatura, quer no mestrado, pude compreender melhor o papel que cada agente editorial tem na sua atividade e a sua importância.

O facto de ter estado nestas vertentes permitiu-me sair da minha zona de conforto ao ter de lidar com pessoas e ter posto à prova algumas dificuldades que sentia. Posso afirmar que contribuiu, não só para o meu desenvolvimento profissional, como também pessoal.

Ao longo deste relatório, para além de terem sido descritas as atividades realizadas durante o estágio, procurou-se realizar uma reflexão crítica sobre essas mesmas atividades, tendo por fundo a teoria/aprendizagem retirada da licenciatura e do mestrado, de modo a que o relatório se tornasse mais rico e, comprovando que, de facto, os nossos conhecimentos foram e serão sempre postos à prova, de uma forma mais prática.

Em suma, posso afirmar que o estágio foi uma experiência enriquecedora, porque complementa o curso na sua vertente mais prática, acabando por proporcionar aos alunos uma formação completa na área.

A realização deste estágio pôs-me à prova em vários sentidos, nomeadamente na preparação para uma realidade que qualquer estudante de Estudos Editoriais ambiciona: trabalhar para uma editora.

O nível de responsabilidade em nada é comparável ao nível de empenho que temos de ter em aulas, pois já não é uma simulação ou preparação para o que há de vir; é o que está a acontecer e o que temos de fazer para lidar com várias situações.

Se eu achava que não gostava ou não tinha tanto jeito, embora não me considere agora uma profissional, na área da multimédia, nomeadamente na área do *design* gráfico ou da paginação, mudei de ideias. O facto de ter de aprender a superar os meus receios e de ter de resolver os problemas, pois não tinha apoio de um profissional para me orientar e corrigir ou até mesmo fazer por mim, esta necessidade fez com que eu crescesse e aprendesse a explorar e a procurar meios para resolver e responder às minhas questões.

Quanto à área da revisão textual, continua a ser a minha preferência para trabalhar, uma vez que está ligada àquilo que eu realmente sempre quis fazer: escrever e corrigir. Porém, inicialmente pensava que fosse mais simples e que dominava as áreas críticas da Língua Portuguesa, mas ao que parece, não completamente. A Língua Portuguesa exige um contacto assíduo e exigente e, na minha opinião, nunca podemos dizer que sabemos tudo, que escrevemos e falamos corretamente, porque não é verdade, sobretudo com as novas mudanças e variações que a língua sofre no decorrer dos anos, sempre com regras atualizadas e novos acordos a entrar em vigor. Para ser sincera, não contava usar o dicionário tantas vezes como utilizei, nem nunca ponderei ter tantas dúvidas em palavras homófonas como tive.

Em suma, posso afirmar que nós, estudantes, nunca estamos totalmente formados, pois estamos sempre a aprender e a precisar de ser ensinados, como qualquer pessoa, no fundo. Urge estar aberto a um ambiente de mudança e aprendizagem.

Bibliografia

- ATHAYDE, Púlio (2012). *Revisão de textos: teoria e prática*. São Paulo: AGBook.
- CARDOSO, Carla Sofia (2017). *A Grelha de paginação no design editorial impresso*. Dissertação de Mestrado. Tomar: Escola Superior de Tecnologia do Instituto Politécnico de Tomar. Disponível em <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/21503> [Consultado em 27/08/2019]
- FARIA, M. I., PERICÃO, M. (2008). *Dicionário do Livro: Da escrita ao livro eletrónico*. Coimbra: Almedina.
- HASLAM, Andrew (2007). *O livro e o designer ii: Como criar e produzir o livro*. Trad. Juliana Saad e Sergio Rossi Filho. São Paulo: Edições Rosari.
- HOCHULI, J., KINROSS, R. (2004). *Designing Books: Practice and Theory*, 2nd ed. London: Hyphen Press.
- KOTLER, Philip & KELLER, Kevin Lane (2015). *Marketing Management*. Londres: Pearson Education Limited.
- MALE, Alan (2007). *Illustration: A theoretical & contextual perspective*. AVA Publishing S.A.
- MASTERSON, Pete. (2005). *Book Design and Production: A Guide for Authors and Publishers*. Aeonix Publishing Group. pp. 42-53
- MARTINS, Jorge M. (2005). *As profissões do livro: editores e gráficos, críticos e livreiros*. Porto: Verbo.
- PEDREIRA, Maria do Rosário (2009). *Peixes grandes e peixes pequenos*. Booktailors Publishing Magazine.
- PERPÉTUA, Elzira Divina (2008). *O revisor como tradutor*. In Queiroz, Sônia (Org.). *Editoração: arte e técnica*. 2.ed. ver. e aum. Belo Horizonte: FALE/UFGM. p.76-88.
- PORTELA, Joana (2009). *Relatório de Estágio em Edição nas Edições Almedina*. Dissertação de Mestrado em Estudos Editoriais. Universidade de Aveiro. Aveiro.
- RAMOS, Ana Margarida & RODRIGUES, Carina (2018). *Quando as imagens substituem as palavras: a coleção "Imagens que contam", da Pato Lógico*.
- ROSADO, I. M. S. C (2011). *Literatura para a infância..* Dissertação de Mestrado. Instituto Politécnico de Coimbra. Coimbra.

WILLIAMS, Robin (1953). *The non-designer's design book: design and typographic principles for the visual novice*. 2nd ed. Berkeley (CA): Peachpit Press, cop. 20

Webgrafia

Website Portal Gestão. Disponível em <https://www.portal-gestao.com/artigos/6710>
[Consultado em: 18/11/19]

Website Blogtailors. Disponível em: <https://blogtailors.com/4515735.html> [Consultado em:
18/11/19]

Anexos

ANEXO I



Dia 13 de novembro de 2018

A Menina e a Sábida

Aveiro, Portugal

Tudo começou com a simples intenção de oferecer um presente no oitavo aniversário da sua filha, algo que fosse intemporal e impactante. Assim nasceu esta obra bilingue, escrita em português e em francês, de "A Menina e a Sábida".

Ao longo desta obra, está presente uma analogia entre as paisagens do nosso planeta – e as suas características – e as personalidades das pessoas com quem convivemos. O diálogo constante entre a menina, Margarida, e a sábida, figura abstrata que aparece na mente e nos pensamentos de Margarida – quiçá uma epifania – tem como intuito não só ajudar na superação de exclusão social que a menina sente por parte dos seus colegas de turma, como também de transmitir ensinamentos/lições para enfrentar as adversidades que a vida lhe espera: "Por tanto te amar,/ tenho a doce ilusão de poder proteger-te,/ ensinar-te, preparar-te/ para tudo o que terás que enfrentar.../ mas em momentos de lucidez,/ percebo que tal é impossível..." – Susana Freitas

Sana Editora | sanaeditora@gmail.com | 966 105 933 | Rua dos Combatentes da Grande Guerra, 81

ANEXO II

Lei nº 16/2008 de 01-04-2008

ANEXO I - CÓDIGO DO DIREITO DE AUTOR E DOS DIREITOS CONEXOS

TÍTULO II - Da utilização da obra

CAPÍTULO III - Das utilizações em especial

SECÇÃO I - Da edição

Artigo 83.º - Contrato de edição

Considera-se de edição o contrato pelo qual o autor concede a outrem, nas condições nele estipuladas ou previstas na lei, autorização para produzir por conta própria um número determinado de exemplares de uma obra ou conjunto de obras, assumindo a outra parte a obrigação de os distribuir e vender.

Início de Vigência: 06-04-2008