



Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2010

**SOFIA GONÇALO
ESPÍRITO SANTO**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO EM EDIÇÃO NA
EDITORIAL PRESENÇA**



**SOFIA GONÇALO
ESPÍRITO SANTO**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO EM EDIÇÃO NA
EDITORIAL PRESENÇA**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez Mesquita, Professora Associada do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

o júri

presidente

Prof. Doutora Maria Cristina Matos Carrington da Costa
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Ana Isabel Barreto Furtado Franco de Albuquerque Veloso
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (arguente)

Prof. Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez Mesquita
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (orientadora).

Lic. Raquel Alexandra Dutra Lopes
Supervisora do Estágio na Editorial Presença e reconhecida como especialista pela Universidade de Aveiro (supervisora do estágio)

agradecimentos

Agradeço à Editorial Presença na figura do Dr. Francisco Pinto Espadinha por me receber como estagiária.

Agradeço à Dr.^a Raquel Dutra Lopes, coordenadora do estágio, pelo grande apoio e pela orientação que me deu nos caminhos da edição.

Agradeço à Prof.^a Doutora Maria Teresa Cortez pela confiança depositada no meu trabalho, pela supervisão do estágio e, em especial, pelo acompanhamento do presente relatório.

palavras-chave

Estudos Editoriais, edição, leitura de originais, revisão de texto, Editorial Presença

resumo

O presente relatório de estágio pretende apresentar o trabalho por mim desenvolvido na Editorial Presença como assistente editorial estagiária, de Novembro de 2009 a Abril de 2010. Este trabalho encontra-se dividido em três partes. A primeira corresponde à apresentação histórica da editora. A segunda centra-se no Departamento Editorial, sendo nela destacados aspectos relativos ao processo de decisão e aos seus actores. A terceira e última parte descreve e comenta as tarefas desenvolvidas durante o período de estágio.

keywords

Editorial studies, publishing, reading and evaluating manuscripts, proofreading, Editorial Presença

abstract

The present internship report presents the work developed as editorial assistant trainee from November 2009 to April 2010 at Editorial Presença. The work is divided in three parts. The first one is about the history and internal organization of the publishing house. The second refers to the editorial department and how it is organized, the editorial process and its agents. The third and last one focuses on a detailed and critical description of the duties and activities carried by me.

Índice

1. Introdução	9
2. Editorial Presença – Breve História.....	11
2.1. De 1960 a 1970.....	11
2.2. De 1970 a 1980.....	13
2.3. De 1980 a 1990.....	15
2.4. De 1990 a 2001.....	16
2.5. De 2002 a 2010.....	17
2.6. Catálogo na actualidade	19
3. O Departamento Editorial da Presença	20
3.1. O Departamento Editorial no quadro da organização interna da editora.....	20
4. Política editorial.....	22
5. Tomada de decisão	26
5.1. O editor.....	26
5.2. O director editorial.....	28
5.3. As reuniões editoriais	30
6. Contratação de direitos	32
7. Co-edição	34
8. Colaboradores Externos - Leitores e Tradutores.....	35
8.1. Leitores.....	35
8.2. Tradutores	37
9. Actividades Desenvolvidas durante o Estágio	38
9.1. Registo de Obras	38
9.2. Recolha de textos e pesquisa de títulos	39
9.3. Leitura de textos originais	40

9.4.	Tratamento de textos originais	45
9.5.	Preparação de participação em feiras do sector	48
9.6.	Tradução	49
9.7.	Secretariado	50
10.	Considerações Finais	52
11.	Bibliografia.....	55
12.	Anexos.....	57

1. Introdução

O presente relatório pretende descrever e analisar criticamente o trabalho por mim desenvolvido como assistente editorial ao longo de cinco meses – de Novembro de 2009 a Abril de 2010 – na Editorial Presença, no âmbito do estágio curricular do segundo ano do Mestrado em Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro. Este estágio permitiu consolidar a minha formação em Línguas e Administração Editorial, bem como aplicar os meus conhecimentos da área em contexto formal e profissional. Durante o período de estágio estive integrada no Departamento Editorial da Presença e o estágio foi supervisionado pela Dr.^a Raquel Dutra Lopes, correspondente de língua estrangeira do mesmo Departamento.

O trabalho encontra-se estruturado em três grandes partes. A primeira parte centra-se na evolução histórica da Editorial Presença. É feita a caracterização dos 50 anos que a Presença comemora no presente ano de 2010, com atenção à evolução da editora, não apenas no que se refere à estrutura e organização interna, mas também ao catálogo, abordando-se ainda perspectivas de evolução futuras.

Na segunda parte, apresento mais detalhadamente o departamento onde desenvolvi o meu estágio, o Departamento Editorial, e destaco alguns aspectos relativos ao funcionamento, designadamente, ao processo de tomada de decisão e à contratação de direitos. Ainda nesta parte são referidos os colaboradores externos, tradutores e leitores, sendo explicado o seu papel e a sua colaboração com a editora. Tendo em conta que este estágio me proporcionou o confronto de conhecimentos adquiridos ao longo do Mestrado sobre a organização de empresas-editoras com a realidade de uma casa editora de grande prestígio no panorama português, movi-me muito entre teoria e prática, o que se espelha neste capítulo, no qual procuro ir entremeando a apresentação que faço do Departamento Editorial da Presença com considerações e recomendações de especialistas acerca de diferentes aspectos do funcionamento de uma editora, dos intervenientes no processo de edição ligados aos departamentos editoriais e das boas práticas de trabalho partilhado.

Na terceira parte faço uma análise das funções que desempenhei e o trabalho que realizei como assistente editorial. Apresento criticamente os trabalhos de maior relevância que desenvolvi durante o meu estágio: leitura e apreciação de originais, revisão de texto, tradução, preparação das feiras de Londres e Bolonha e algumas tarefas de secretariado. Toda a análise

crítica é acompanhada de bibliografia da especialidade e, sempre que julgo oportuno, refiro-me também a aspectos da minha formação académica em Estudos Editoriais.

Teço, por último, algumas considerações finais, nas quais me pronuncio sobre a relação entre a minha formação académica e a prática profissional na Editorial Presença, bem como sobre a experiência adquirida ao longo do estágio curricular.

2. Editorial Presença – Breve História

2.1. De 1960 a 1970

A 30 de Maio de 1960 nasce a Editorial Presença. Fundada por Francisco Espadinha, editor, e António Barata, livreiro, adoptou como sede o n.º 11 A da Avenida de Roma, em Lisboa. O então jovem Francisco Espadinha, formado em Direito, já de há muito que pretendia criar uma editora. Desde os tempos de liceu, em que desempenhou o papel de editor do jornal da escola, até à primeira tradução, que fez pouco antes de fundar esta casa, Francisco Espadinha sempre sonhou vir a fundar a sua própria editora. A ele juntou-se António Barata, livreiro. Francisco Espadinha era frequentador assíduo da Livraria Barata e comunicou o seu desejo de constituir uma editora a António Barata, que se lhe associou no projecto. Francisco Espadinha (*50 Anos Editorial Presença*, 2010: 10) descreve a constituição da editora como uma experiência difícil:

Construir uma empresa em países onde a tradição empresarial é muito mais forte, acredito que seja mais fácil. Em Portugal não é, há muitos obstáculos. Ainda falando do meu gosto pelos livros, meti-me numa tarefa que foi construir uma empresa a partir do nada e sem uma situação financeira de pleno desafogo, nada que fosse comparável com isso e, apesar de tudo, prossegui lutando, porque era isto que queria fazer. Foi muito isso, muito uma vontade de fazer obra que esteve na origem da Presença. De qualquer maneira, o facto de o meu sócio, que tinha experiência de livros, aderir ao projecto, foi estimulante, embora curiosamente a partir da primeira meia dúzia de anos tenha ficado sozinho a decidir tudo.

O nome da editora recupera o da revista *Presença* e como que convoca o universo literário em torno deste periódico. A revista foi lançada em 1927 e publicou o seu último número em 1940. Branquinho da Fonseca, José Régio e João Gaspar Simões foram os seus fundadores. Entre outros grandes escritores e intelectuais, colaboraram com a *Presença* Miguel Torga, Vitorino Nemésio e João Gaspar Simões. A revista, muito ligada ao chamado segundo Modernismo, contribuiu também para divulgar nas suas páginas os autores do primeiro Modernismo: Fernando Pessoa, Mário de Sá-Carneiro e Almada Negreiros. Muitos nomes de diferentes quadrantes estético-literários colaboraram com a *Presença*, nomeadamente Miguel Torga e Vitorino Nemésio. A *Presença* defendeu desde logo no texto-programa que abriu o

primeiro número a criação de uma «literatura viva», por oposição a uma «literatura livresca», livre de academismos, crítica e actual.¹ Não surpreende que este projecto de renovação da *Presença*, a sua enorme influência no campo da literatura e das artes e os muitos nomes sonantes a ela ligados fossem inspiradores para um jovem como Francisco Espadinha, que se queria lançar «sob uma boa estrela» na aventura da edição.

Já em 1962, a editora mudou de instalações para o n.º 47 da Avenida João XXI, em Lisboa, na proximidade da Livraria Barata. Nesta altura, a editora contava apenas com três colaboradores: o seu fundador, um encarregado do secretariado e um funcionário de armazém. A Editorial *Presença* tinha já um armazém, se bem que o livreiro António Barata também tivesse o armazém da livraria. A distribuição era feita com a ajuda de mais duas pessoas, e a experiência do sócio livreiro veio revelar-se extremamente importante para a distribuição, uma vez que este conhecia os meandros do mercado livreiro. Os contactos que Barata tinha com as livrarias existentes no país foram muito importantes para a distribuição e colocação dos livros da *Presença*.

A primeira obra a ser publicada pela *Presença*, e que teve boa recepção por parte do público leitor, foi a peça de teatro *Kean*, de Jean-Paul Sartre. Outro autor também publicado na época foi Samuel Beckett, atingindo igualmente grande sucesso entre os leitores. Ainda durante a década de 60, ambos ganharam o Prémio Nobel da Literatura, um em 1964 e o outro em 1969, respectivamente, acrescentando prestígio ao pequeno catálogo, que revelava já a intuição editorial de Francisco Espadinha. Desde cedo a linha editorial da *Presença* se procurou diferenciar da das outras editoras estabelecidas em Portugal. Enquanto as outras se centravam na publicação obras que se aproximavam da ideologia do regime e as de ideologia de esquerda, como o neo-realismo, a *Presença*, embora também tivesse publicado autores de esquerda, apostou sobretudo em géneros menos editados, o teatro e o ensaio, e escolheu grandes nomes controversos e «incómodos» do teatro do fim-de-século à contemporaneidade: Anton Tchékhov, August Strindberg, Eugène Ionesco e Jean Genet, entre outros. Nas palavras de Francisco Espadinha, a imagem da editora ficou ligada à inovação: «Era uma linha que assinalava alguma diferença, numa visão do mundo dividido que então imperava. Não sendo

¹ Leia-se Eugénio Lisboa (2001), «*Presença*», *Biblos. Enciclopédia Verbo das literaturas Portuguesas*, Lisboa/São Paulo, Editorial Verbo, pp. 427-431.

uma visão de terceira via (como a expressão é hoje entendida), era uma nova linha de progresso da visão do mundo e da estética» (*idem*, 2010: 17).

Os primeiros anos da constituição do catálogo foram muito trabalhosos. O facto de frequentar com regularidade livrarias em França, Inglaterra e Espanha contribuiu para que Francisco Espadinha acompanhasse mais atempadamente as novidades editoriais, assim como as tendências do mercado. Este acompanhamento, que fazia tanto por zelo profissional como por gosto pessoal, permitiu-lhe definir melhor opções de publicação, atentas ao contexto editorial nacional e internacional. Contudo, embora a Presença fosse já uma editora de grande prestígio no meio intelectual lisboeta, algumas das obras que Espadinha escolhia e editava por convicção pessoal e com algum risco ditaram o escrutínio da censura. O editor recorda ter sido chamado pela PIDE por causa de alguns dos livros que publicava. Recordo que os livros não eram nesta altura objecto de censura prévia, o que significava que a apreensão acontecia *a posteriori*, com prejuízos vários – financeiros e relacionados com o reforço de vigilância – para os editores.²

Dada a pequena dimensão da editora, Francisco Espadinha colaborava em todas as fases de concepção e produção do livro, intervindo também na concepção gráfica, no design de capas e na redacção de textos de contracapa. Além da função de editor, desempenhava igualmente a função de gestor, na qual se estreava. Na brochura *50 Anos Editorial Presença* Francisco Espadinha descreve estes anos como «estimulantes», salientando a grande receptividade de imprensa às obras publicadas pela editora.

2.2. De 1970 a 1980

Em 1973, Francisco Espadinha convida Manuel Aquino, hoje sócio da editora, para trabalhar na Presença. Manuel Aquino era director de produção da editora Estúdios Cor, mas desde cedo se entusiasmou com a Presença, já na sequência do primeiro contacto profissional que teve com a editora. Manuel Aquino frequentava a Presença para tratar de assuntos comuns relativos à distribuição. Espadinha convida-o então para integrar o quadro da Presença. Aquino sentiu-se dividido, pois gostava muito dos Estúdios Cor, editora então dirigida por Natália Correia. O que o fez decidir pela Presença foi o facto de Francisco Espadinha

² Sobre a censura consultar Graça Rodrigues (1980), *Breve história da censura literária em Portugal*, Lisboa, Instituto da Cultura Portuguesa, pp. 65-78.

procurar reger no seu catálogo pelos interesses do público-leitor, enquanto Natália Correia publicava livros de que ela própria gostava. Hoje, Aquino não se arrepende da decisão que tomou há mais de 30 anos. Acha que decidiu bem (*ibidem*, 22).

Ainda nesta década, em 1973, a Presença mudou novamente de instalações, passando para o 1.º andar do n.º 56 da Avenida João XXI, em Lisboa. Contava então já com cerca de dez colaboradores. Manuel Aquino salienta o grande volume de trabalho que havia na altura e explica que «eu o e Dr. Espadinha somos complementares. Damo-nos muito bem e o facto de sermos muito dedicados ao trabalho facilitou muito o crescimento da Presença» (*ibidem*: 22).

Após o 25 de Abril, muitos editores lançaram-se na publicação de obras antes proibidas ou apreendidas pela Censura. Também a Presença editou algumas obras antes censuradas, mas não foi essa a grande aposta de Francisco Espadinha, que continuou a publicar ensaística e teatro e preferiu lançar-se noutras áreas ainda não exploradas pelo mercado, como a dos livros práticos. Estes viriam a fazer grande sucesso durante os anos seguintes e também na década de 80. Para o êxito destes livros contribuiu a novidade que representavam no mercado nacional e a falta de concorrência. Este segmento dos livros práticos passou a contar com as colecções *Artesanato*, *Cultura e Tempos Livres* e *Habitat*. Esta aposta reflectiu-se num aumento exponencial do volume de vendas e, conseqüentemente, no crescimento da editora. Manuel Aquino descreve essa nova linha editorial:

A Presença foi pioneira relativamente a várias coisas. Começámos com uma colecção de artesanato muito bem feita e vieram logo outras editoras atrás. Iniciámos uma grande colecção de cultura e tempos livres e muitos vieram atrás. [A terceira colecção] Foi uma colecção – Habitat – que se vendeu muito porque naquela altura precisava-se praticamente de tudo (*ibidem*, 24).

O ano de 1977 é caracterizado por mais uma mudança de instalações, desta vez para o n.º 35 A da Rua Augusto Gil, sempre no eixo da Avenida de Roma. É igualmente nesta altura que a editora inicia a sua própria distribuição com uma carrinha e um motorista que visitava as livrarias em Lisboa.

A década de 80 aproximava-se com grandes perspectivas de crescimento, alimentadas por uma direcção muito dinâmica e com um espírito vencedor.

2.3. De 1980 a 1990

Após a mudança de instalações, em 1977, Francisco Espadinha convida dois dos seus colaboradores, Manuel Aquino e Francisco Santos, este último da área da contabilidade, para serem seus sócios. Na política editorial continua a destacar-se a publicação de ensaística, livros práticos e, agora, a historiografia, com Oliveira Marques e Vitorino Magalhães.

Porém, o sucesso da editora não se reflectia só em Portugal. No início dos anos 80, a livraria Martins Fontes (também editora, a partir de 1990), vendia no Brasil, com grande êxito, os livros da Presença. A amizade pessoal entre Francisco Espadinha e Waldir Martins Fontes, o fundador da livraria Martins Fontes e da posterior editora WMF Martins Fontes, esteve na origem da colaboração entre as duas casas.

É ainda nesta década que os autores portugueses recomeçam a ter grande procura por parte do público. É o caso de António Alçada Baptista e de David Mourão-Ferreira. Ambos procuraram a Editorial Presença para publicar as suas obras, pois acreditavam nas competências do editor Francisco Espadinha. O romance *Os Nós e Os Laços*, de António Alçada Baptista, foi um êxito retumbante, e o escritor continuou ligado à Presença. David Mourão-Ferreira, poeta, professor universitário e intelectual activo, procurou Francisco Espadinha para lhe dar a ler o seu primeiro romance, *Um Amor Feliz*. Ficou surpreendido com a decisão de publicação de Espadinha e mais ainda com a tiragem de dez mil exemplares para a primeira edição. O êxito foi tão grande que nos primeiros meses se venderam 60 mil exemplares da obra. Cada edição teve uma capa diferente, seis no total, criada pelo artista plástico Francisco Simões.

A intervenção de Francisco Espadinha na vida pública portuguesa não se resumiu à actividade de editor. Desempenhou funções de Membro da Comissão Consultiva do Instituto Português do Livro e da Leitura entre 1986 e 1989; foi Presidente da Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL) entre 1987 e 1989 e, mais tarde, entre 1990 e 1992. Foi ainda Delegado Português na Federação de Editores Europeus e Membro do Conselho Superior das Bibliotecas Portuguesas.

Nos anos 80, a Editorial Presença era já uma casa de média dimensão e continuava em fase de crescimento. Nestes anos de expansão foram admitidos vários colaboradores que contribuíram para o crescimento da empresa. O ritmo de publicação cresceu bastante e as

vendas aumentaram. Em 1977, a colecção *Cultura e Tempos Livres* ia no n.º 50. No início dos anos 80 ia já no n.º 200. Foi uma colecção inovadora pela abrangência de temáticas ligadas à cultura do quotidiano, a interesses da actualidade. Nela foram inseridos títulos sobre xadrez, golfe, ténis, culinária, raças de cães e aves, etc. Com grande sentido de oportunidade, Francisco Espadinha soube, realmente, manter-se atento aos «ares do tempo» e fazer a ligação entre edição e novidades que fizeram moda em determinada altura. Um bom exemplo é o livro que lançou sobre o «cubo mágico», outro êxito de vendas.

Francisco Espadinha soube gerir equilibradamente o crescimento do catálogo editorial. Se, por um lado, publicava livros de carácter mais prático, baratos e dirigidos a um público mais abrangente, por outro lado, tinha no catálogo títulos bem menos comerciais, de grandes autores como Ruy Belo, de quem editou a obra poética. Ainda durante esta década, fazem sucesso as colecções *A Biblioteca de Textos Universitários* e a *Colecção Forma*, de poesia, ambas colecções muito reputadas.

Se bem que a Presença continuasse em constante crescimento e expansão, o seu carácter manteve-se vincadamente familiar, algo que persiste até ao presente, e com um ambiente de trabalho muito personalizado, designadamente na relação patrão-empregado.

2.4. De 1990 a 2001

Os anos 80 apresentaram-se como uma década de consolidação do catálogo editorial, nomeadamente na área da ensaística – Umberto Eco, Lucien Febvre, George Steiner –, e na ficção literária nacional – Alçada Baptista, Mourão-Ferreira. Já nos anos 90 assistimos a uma predominância da ficção literária estrangeira com o início da colecção *Grandes Narrativas*, inaugurada com o título *O Mundo de Sofia*, de Jostein Gaarder, em 1995. A par deste estrondoso sucesso, encontram-se outros êxitos de vendas, como: *O Perfume*, de Patrick Süskind; *Vai onde o coração te leva*, de Susanna Tamaro; *O Diário de Bridget Jones*, de Helen Fielding; ou ainda *Harry Potter*, de J. K. Rowling. Esta colecção veio reformular o programa de ficção literária adoptado até então. Francisco Espadinha refere:

Estive permanentemente atento às tendências do mundo editorial e nunca me agarrei a nenhuma devoção particular neste sentido ou naquele. Sempre achei que quem me dava lições era o próprio contexto social e cultural e fui prestando atenção ao que se publicava, ao que se aplaudia (*ibidem*, 39).

Nesta década, a publicação de obras de ficção cresce bastante, tanto no que toca obras de literatura contemporânea como obras canónicas da literatura mundial, destacando-se a edição de Dostoiévski em tradução (directamente do russo) de Nina e Filipe Guerra. Na ficção nacional soam nomes como Luísa Beltrão, Hélder Macedo, Luísa Costa Gomes ou Seomara da Veiga Ferreira. Na ficção juvenil salientam-se Luísa Fortes da Cunha e Filipe Faria. Ainda nesta década iniciou-se a colecção *Fio da Navalha*, ficção policial, na qual se incluem autores internacionais consagrados como Patricia Cornwell, James Elroy e Henning Mankell.

Em 1993, António Barata morre e, em 1995, a editora compra a quota do livreiro à viúva de Barata.

Dado o intenso e cada vez maior volume de trabalho, os escritórios da Rua Augusto Gil rapidamente se tornam pequenos. Na década de 80, a editora comprara, em Queluz de Baixo, um terreno. Aí são erguidos, já nos anos 90, os armazéns, no n.º 59 da Estrada das Palmeiras. No início de 2001, e depois da construção do edifício principal, a mudança dos escritórios de Lisboa para Queluz de Baixo é definitiva. A nova sede da editora foi criada e otimizada de raiz para o efeito.

2.5. De 2002 a 2010

Esta década foi marcada pela concentração editorial em Portugal e pela criação de grandes grupos editoriais portugueses. Nos últimos anos temos assistido à compra e venda de editoras de pequena e média dimensão por estes grupos, sendo os que mais se destacam o grupo Leya, Porto Editora e Babel. A Presença manteve-se à margem desta concentração, continuando como editora independente. Actualmente, é uma das maiores editoras independentes em Portugal.

Os últimos anos da Presença têm sido marcados pela passagem do testemunho para a nova geração que comandará os destinos desta casa editora. Francisco Espadinha e Manuel Aquino pretendem passar os seus conhecimentos e experiência para os filhos de Espadinha, os futuros gestores da Presença. Três dos quatro filhos de Espadinha trabalham actualmente na editora. João, o mais velho, é responsável pela área comercial e de informática; Francisco, licenciado em Marketing, supervisiona o Departamento de Marketing e o Editorial; Ana, a mais nova, é designer de profissão e está ligada ao Departamento de Produção.

Francisco Espadinha afirma:

A Presença tornou-se uma empresa com membros da família que lhe dão continuidade, mas nunca tive em mente fazer uma empresa familiar. Foi acontecendo. Confio nas outras pessoas plenamente. Há aqui um conjunto de quadros que merecem todo o apreço. Nesse aspecto sabemos ser uma empresa moderna porque nunca nos fixámos em fórmulas preestabelecidas (*ibidem*, 46).

Actualmente, a editora é gerida pelos dois sócios principais: Francisco Espadinha, editor e sócio-fundador maioritário, e Manuel Aquino, administrador. A partir do início de 2010 passou a ser uma sociedade anónima.

A nova sede em Queluz de Baixo permitiu que a editora continuasse a crescer. O espaço físico promoveu a criação de mais departamentos, cinco no total – Comercial, Financeiro, Marketing, Produção e Editorial – e uma maior produção de livros. Enquanto na década de 90 se publicavam em média 12 novos livros por mês, actualmente este número subiu para os 16. Os contactos internacionais também foram fomentados com esta mudança. Na Rua Augusto Gil, a editora contava com cerca de 30 colaboradores. Agora, esse número aproxima-se do dobro. A distribuição e os serviços de armazém ficaram bastante beneficiados, pois em Lisboa a logística estava bastante dificultada pela falta de espaço físico.

Francisco Espadinha legou ao filho Francisco os destinos editoriais, transmitindo-lhe o saber adquirido como editor ao longo dos últimos 50 anos. Francisco Espadinha filho ressalta:

Nunca fiz planos nesse sentido, mas, como cresci no meio dos livros, foi um processo de adaptação muito natural. (...) É extremamente gratificante dar continuidade a um trabalho que vi crescer, afirmar-se e consolidar-se. É um desafio permanente, lidamos com livros muito diferentes, o que nos obriga a estar a par das tendências, a procurar temas da actualidade e publicá-los na altura certa (*ibidem*, 50).

E sobre o papel de editor acrescenta:

Aprendi com o meu pai que a função de um editor não pode estar meramente orientada para o lucro. O editor deve ter consciência que a sua função requer responsabilidades culturais no país em que actua. Uma editora com a dimensão da Presença deve ter essa consciência e equilibrar as suas opções editoriais com o dever de serviço cultural sempre presente. A história da Presença rege-se muito por esta filosofia e isso também ajuda a explicar a longevidade da editora. Procuo seguir esse rumo que o meu pai tão bem soube promover ao longo destes 50 anos (*ibidem*, 50-51).

2.6. Catálogo na actualidade

O catálogo da Presença é hoje composto por mais de 3000 títulos publicados em 174 colecções. Estas dividem-se por catorze grandes áreas: Literatura, Ensaio, Pedagogia, História, Dicionários Temáticos, Linguística, Arte, Esotérica, Guias Práticos, Saúde, Gestão e Informática, Infantis e Juvenis e Vária.

Actualmente, as áreas fortes do catálogo centram-se na ficção contemporânea, na ficção de grandes autores da literatura mundial clássicos da literatura e na literatura infanto-juvenil. Na literatura contemporânea salientam-se as colecções: *Grandes Narrativas*, *Lado B*, *Champanhe e Morangos*, *Minutos Contados* (policial), *O Fio da Navalha* (thriller), *Via Láctea* (fantasia) e *Vidas d'Escritas* (autobiografia); Na literatura «clássica» traduzida destacam-se: *A Biblioteca de Babel*, *Obras de Fiódor Dostoiévski*, *Obras Literárias Escolhidas* e *Obras-Primas da Literatura*. No que respeita à ficção infanto-juvenil, as colecções que mais se evidenciam são: *A Arca do Tesouro*, *A Princesinha*, *Araminta Spookie*, *A Saga de Deltora*, *As Aventuras das Tea Sisters*, *As Crónicas de Spiderwick*, *Bolinha*, *Clube das Amigas*, *Estrela do Mar*, *Geronimo Stilton*, *Noites Claras*, *Clube Tiara* e *Ulysses Moore*. A não-ficção é igualmente uma grande aposta, nomeadamente a historiografia e a ensaística, com as colecções: *História de Portugal*, *Histórias Breves* e *Nova História de Portugal*, ao nível da historiografia; e *Biblioteca de Textos Universitários Nova Série*, *Biblioteca do Século*, *Fundamentos*, *Novo Milénio*, *Orientações* e *Sociedade Global*.

Através do catálogo é possível perceber que esta editora tenta chegar a um público bastante vasto, desde o mais eclético e mais virado para leituras «ligeiras» até ao mais elitista, publicando obras em variadíssimas áreas, no intuito de ir ao encontro das expectativas de grupos de leitores com os mais variados perfis.

3. O Departamento Editorial da Presença

3.1. O Departamento Editorial no quadro da organização interna da editora

Para melhor poder enquadrar o Departamento Editorial, onde realizei o meu estágio curricular, na estrutura da empresa, referir-me-ei, antes de mais à organização interna da Editorial Presença, empresa hoje gerida por dois administradores, Francisco Espadinha e Manuel Aquino, como anteriormente mencionei.

A Presença está organizada em cinco Departamentos diferentes: Comercial, Financeiro, Marketing, Editorial e Produção, como se pode ver no organigrama:



O Departamento Comercial coordena a distribuição, a loja on-line e o website da editora. O Departamento de Marketing divide-se em marketing e comunicação. A secção de comunicação é responsável pelos lançamentos e apresentações de livros, pela marcação de entrevistas e visitas de autores estrangeiros a Portugal e pela comunicação institucional publicada na imprensa. Para além disso, a secção de marketing gere todas as acções de marketing, bem como a promoção de livros, desde os passatempos às promoções da loja on-line; gere também a *newsletter* e dá visibilidade aos livros através de destaques em blogs da especialidade. Este Departamento tem como função fazer como que o público-leitor

reconheça os livros na comunicação e fale sobre eles. O Departamento Financeiro tem a seu cargo as finanças e a contabilidade inerentes ao funcionamento da empresa. O Departamento de Produção integra o gabinete de revisão interna e é responsável pelo contacto com os revisores externos. Os gráficos internos, que produzem todas as capas, estão igualmente afectos a este Departamento, sendo a paginação feita pela empresa gráfica onde os livros são impressos. Este Departamento tem como principal função assegurar a produção dos livros em conjunto com a gráfica com a qual a Presença colabora. A cargo da produção está ainda o pedido de ISBN. Por último, o Departamento Comercial trata da distribuição e colocação dos livros nos pontos de venda.

Apresento, agora, com maior detalhe, o Departamento Editorial, no qual realizei o meu estágio.

O Departamento Editorial é constituído por uma secretária editorial, uma assistente editorial, cargo por mim desempenhado, duas correspondentes de língua estrangeira e pela directora editorial.

A directora editorial, além de coordenar a distribuição de tarefas do departamento, assume outras funções: a negociação de direitos estrangeiros; os contactos com editores/agentes e autores portugueses; a atribuição de leituras e traduções e a coordenação dos projectos editoriais relativos a manuscritos originais portugueses.

A secretária editorial tem como principal função estabelecer o contacto entre o departamento e os tradutores externos que colaboram com a editora. Cabe-lhe enviar os textos para tradução, recebê-los e verificar as respectivas traduções. Está igualmente encarregada de redigir todos os contratos, sejam eles de tradução, de compra de direitos estrangeiros ou de direitos portugueses. As fichas técnicas, o pedido de opção para a língua portuguesa de análise de obras estrangeiras ou a requisição dos exemplares originais para produção, no caso de obras estrangeiras, são outras tarefas desempenhadas por este membro.³

As correspondentes de línguas estrangeiras possuem como principais funções, tal como a directora editorial, os contactos com editoras e agentes estrangeiros; a negociação dos direitos;

³ Schuwer (2002: 234) evidencia a importância da sua função: «Cadre editorial de base, le secrétaire d'édition prend en charge les ouvrages à réaliser. Son rôle n'est pas secondaire; au jour le jour, il veillera à suivre la logique de réalisation du livre et à coordonner les travaux des collaborateurs externes, afin de respecter le planning».

a representação da Editorial Presença nas feiras nacionais – Feira do Livro de Lisboa – e internacionais – Bolonha, Londres e Frankfurt; e ainda a revisão e editoração de originais portugueses.

Sobre as funções de assistente editorial, por mim desempenhadas, falarei, em pormenor, na terceira parte deste relatório.

4. Política editorial

Independentemente de, no seu catálogo, a Editorial Presença contemplar títulos que têm em vista um núcleo de leitores mais seleccionado, em áreas como a história, o ensaio ou a poesia, afirma-se no mercado como uma editora predominantemente comercial, virada para o grande público. A procura do sucesso comercial apresenta-se, assim, como factor importante na conceptualização do catálogo. A definição e organização do catálogo passa pela definição dos públicos-alvo e por tomadas de decisão relativas a tipologias de texto e de edição, temáticas, autores, etc.

O desenvolvimento de um produto editorial implica uma demanda particular muito cuidada no que respeita a toda a concepção e contextualização do livro.⁴ Porém, nem sempre o editor consegue antecipar todo o contexto da publicação, tanto mais que um editor concorrente pode, pela mesma altura, colocar no mercado um título semelhante que «desvie» a atenção do público-alvo, fazendo assim gorar determinadas expectativas de venda. O livro falha neste caso por motivos que estão fora do controlo do editor, embora este tenha desenvolvido correctamente o seu produto.⁵ O marketing desempenha um papel bastante importante no desenvolvimento de um catálogo. Davies (2006: 22) define assim o que o catálogo deve ser:

It reflects a perceived need or want for a product that covers a subject; field of interest, or leisure activity. It has readers who are prepared to buy it if it is presented at a level that meets their needs or wants. That same readership also has expectations of the product being supplied in particular formats and at prices which the readers find attractive or acceptable.

⁴ Sobre tomadas de decisão editorial diz Davies (2006: 22) «What makes publishing so interesting to work in, and is the source of its diversity, is the fact that there are so many levels of potential reader for so many subjects. The lists which emerge as a result of that diversity should still possess coherence and identity, both in content and market».

⁵ Leia-se Davies, 2006: 30.

O objectivo de qualquer editor é conseguir cativar o público para os seus livros, ter *bestsellers* no seu catálogo. Para isso o marketing é fundamental. O livro carece de campanha promocional adequada.⁶ Os *bestsellers* fazem-se em colaboração com os *media*.⁷ Editor e autor precisam de visibilidade, da atenção de jornalistas e de órgãos de comunicação que divulgam a obra. Como Owen faz notar, o livreiro irá destacar um livro que tenha a apoiá-lo uma forte campanha de publicidade e de marketing, resultando este esforço num aumento imediato das vendas.⁸ Ainda sobre os *bestsellers*, Woll (1999: 110) afirma: «Book has the potencial to break out of the pack and become a bestseller. Few actually do».

No caso da Presença, é dada grande importância ao plano de marketing para promover e dar visibilidade às obras. Este plano de marketing contempla: a promoção da obra na imprensa escrita; distribuição nacional de um dossier de imprensa que contém a apresentação do autor e da obra, de vendas internacionais e da crítica (caso que aplique). Este dossier é enviado para as agências de notícias, rádio e televisão. O material promocional inclui a distribuição de marcadores, *flyers* e *booklets*, a colocação de *posters* nas livrarias e feiras do livro, a colocação de expositores nos maiores pontos de venda e a negociação de montras. A promoção on-line também está contemplada através dos destaques criados no site da Presença e até através da concepção de um mini-site dedicado à obra. Este é o «esforço» de marketing e promoção feito pela editora para maximizar as vendas de um determinado título. Contudo, e não menos importante, é o «passa palavra» e o «boca a boca» entre leitores e críticos. Exemplo perfeito deste marketing informal, que levou a um dos maiores sucessos comerciais da Presença, foi o romance *Vai Onde te Leva o Coração*, de Susanna Tamaro. As suas vendas aumentaram

⁶ Davies (2006: 25) considera que o editor deve colocar na mesa determinadas questões essenciais «Are your competitors' promotion and sales campaigns comparable or are they superior? If the latter is the case then why is this so and what can your company do to match it? If matching it is not going to require anything out of the ordinary, but simply a more sustained and widespread application of marketing resources, then you can proceed, but in the knowledge that you have to make that bigger effort and live with higher costs».

⁷ Como Adams e Heath (2008: 18) fazem notar: «Os editores procuram, cada vez mais, escritores com uma plataforma – isto é, com um público pré-adquirido e uma forma de o alcançarem. E, claro, a máquina de *marketing* nacional e internacional pode ajudar a criar (assim como a satisfazer) a procura do público. (...) Mas a máquina de marketing não é detentora de toda a força impulsionadora. Os editores e agentes (...) acham que a publicidade, os programas promocionais e os adiantamentos autorais são menos importantes para o nascimento do *bestseller* que os temas do momento e a qualidade da escrita».

⁸ Afirmo Owen (1996: 150) «An important criterion in any bookshop's backing of a title is the publicity potential of the book: the likelihood of widespread review coverage, plus author interviews on television, radio and in the press. Publicity is crucial to the selling of a book at both ends of the operation: the sell-in and the sell-out. A bookshop will take more copies of a title and display them prominently if a formidable publicity schedule is in prospect».

exponencialmente quando Jorge Sampaio, o então Presidente da República, referiu num programa de televisão que estava a ler o livro.

Tão importante como o catálogo é o fundo de catálogo. Um bom fundo de catálogo pode permitir ao editor um autofinanciamento independente do programa editorial em curso, ou seja, do seu catálogo. Na verdade, as margens de lucro das editoras são sempre muito baixas, sendo esta uma das características do sector. Para além disso, a evolução das tendências literárias e das mentalidades nem sempre permite uma reacção suficientemente rápida por parte dos editores. Acresce que as editoras estão expostas às vicissitudes da economia mundial e nacional, bem como a variáveis sociopolíticas e culturais, que interferem no progresso ou regressão do sector editorial e que podem levantar ondas de choque de compras e concentração de editoras. Por tudo isto, e por forma a garantir um espaço de liberdade editorial e de aposta em publicações de qualidade menos procuradas pelo grande público, é essencial cuidar um bom fundo de catálogo.

Possuir um fundo editorial constante é muito importante para a sobrevivência de uma editora, uma vez que os clássicos e livros que constituem uma referência na sua área vendem sempre. No fundo são *bestsellers* que venderam muito e por um longo período de tempo. O editor precisa também de ter clara noção das suas obrigações quanto à manutenção do fundo editorial, já que os contratos de publicação que celebra lhe conferem exclusividade de direitos de edição de uma determinada obra em Portugal ou em língua portuguesa. Portanto, tanto o editor como o director comercial são responsáveis por manter o fundo de catálogo.

O fundo de catálogo desempenha, pois, como disse, um papel fundamental na obtenção do autofinanciamento que o editor procura. O catálogo deverá ser construído e projectado tendo também em conta o fundo de catálogo. A decisão de publicação deverá então passar pela avaliação da possibilidade de um determinado livro possuir ou não potencial para integrar um fundo de catálogo que alimente várias gerações de leitores e/ou públicos. O editor precisa de livros com *staying power*, ou seja, livros que conseguem ser reimpressos ano após ano, os verdadeiramente rentáveis. Sobre o conceito de desenvolvimento de um fundo de catálogo, Davies (2006: 132) define:

Strictly speaking, a backlist cannot be developed. A backlist is a frontlist that translates into ongoing demand. If the new books you acquire do not have sticking power, there is nothing you or the marketing department can do to convince anyone that you are a backlist publisher. (...)

backlist potential is not subject-related. Most new books make reasonable sales in the first year. The question to be asked is whether those sales can be replicated in the years following?

O fundo de catálogo está em constante movimento e, por isso, deve ser analisado e vigiado como sendo uma parte importante da estratégia editorial, sendo necessário assegurar que os livros são mantidos em stock. O editor deverá promover a venda continuada destes títulos, embora seja inevitável que canalize mais recursos financeiros para publicitar as novidades. Como faz notar Anderson (2006: 134), o fundo de catálogo pode não representar o grande volume de vendas, porém, estas vendas podem ser muito rentáveis, uma vez que estes produtos são mais baratos que os *bestsellers* e os encargos são nulos.⁹ O conceito de cauda longa pode também ser aqui aplicado aos nichos de mercado, uma vez que estes são equivalentes em vendas aos *bestsellers*. Ou seja, estes nichos podem ser tão populares e vender tanto como os grandes êxitos, tendo assim um valor comercial idêntico aos grandes sucessos, com a vantagem de que os custos associados à exposição destes produtos, por exemplo, na loja on-line, são idênticos aos mais vendidos.

No caso da Editorial Presença, o fundo de catálogo é principalmente publicitado através das promoções na loja on-line, em especial com a venda dos títulos a um preço reduzido, com descontos na ordem dos 40 %. Outra forma de promover o fundo de catálogo é através do desconto «Livro da Semana». Todas as semanas é destacada uma obra que apresenta um desconto na compra através do site, com envio grátis por correio postal. Existem ainda as «Sugestões Temáticas», no âmbito das quais são promovidas obras que se insiram na mesma temática, cujo incentivo à compra é feito através de um preço de venda reduzido. Exemplo disso é a campanha «Sete Livros Capitais», que destaca sete livros sobre os sete pecados mortais.

⁹ Leia-se Anderson (2006: 135) «There are three aspects of the Long Tail that have the effect of shifting demand down the tail, from hits to niches. The first is the availability of greater variety. If you offer people a choice of ten things, they will choose one of the ten. If you offer them a thousand things, demand will be less concentrated in the top ten. The second is the lower “search costs” of finding what you want, which range from actual search to recommendations and other filters. Finally, there is sampling, from the ability to hear thirty seconds of a song for free to the ability to read a portion of a book online. This tends to lower the risk of purchasing, encouraging consumers to venture farther into the unknown».

5. Tomada de decisão

5.1. O editor

Na Presença, é ao editor – herdeiro da editora, sucessor do fundador – que cabe a última palavra relativamente à publicação de uma obra. Tem autonomia e liberdade total para decidir.¹⁰ É também o editor que decide quais as obras que em cada mês deverão ser alvo de destaque por parte da editora.

Uma das funções do editor é descobrir novos autores. Muitos dos autores que submetem as suas obras para apreciação na Presença são atraídos pelos valores editoriais e culturais que lhe associam e com os quais se identificam. Esta «lógica» de demanda do editor pelos autores é uma «lógica» corrente, como assinala Schuwer (2002: 16):

L'aura et la spécialisation d'une maison établie assurent l'attraction d'auteurs, selon une pente naturelle, encore qu'une forte concurrence leur accorde une vaste pluralité de choix. Combien de jeunes écrivains, avant d'achever leur première oeuvre, souhaitent être publiés dans telle ou telle maison. Combien aussi sont sensibles à la présence d'un écrivain reconnu ou à celle d'un directeur de collection influent qui marque de sa personnalité leur domaine. Il partagent avec lui certaines lignes idéologiques, une forme de militantisme, une symétrie d'affinités ou une même spécialisation.

Após a recepção das propostas, é necessário fazer uma triagem e perceber quais as obras com potencial para serem publicadas. O editor pode ainda aliciar alguns autores a romperem contratos com a editora anterior.¹¹ No actual panorama da edição, a relação entre editor e autor tende a desaparecer, ao contrário do que acontecia no passado. Não existe tempo para fertilizar esta relação. No caso da Presença, o contacto entre o autor e a casa editora é estabelecido pela figura do director editorial ou pelas correspondentes de língua estrangeira,

¹⁰ Sobre a tomada de decisão, Martins (1999: 155) afirma «parece que a decisão da edição dum livro costuma ser “colegial”: “coordenadores e vendedores propõem, administração decide”; “um colectivo entre o marketing e o departamento editorial” ou entre “director editorial, director comercial e administração”; conselho de administração “depois de passar por vários filtros, com recurso a consultores externos e à apreciação da concorrência”; “uma comissão editorial constituída por algumas pessoas, que variam conforme o tipo de livro em causa e o autor”».

¹¹ Sobre isto diz Schuwer (2002: 17) «L'édition n'est pas une chasse gardée et incessantes manoeuvres se développent pour capter les auteurs déjà publiés par des confrères chanceux. Comme au jeu de go, des stratégies d'encercllement, de diplomatie bien concertée font que la fidélité d'un auteur à sa maison encore fréquente aujourd'hui, ne met jamais un éditeur à l'abri de raptus».

aqueles que inicialmente o «descobriram». Na Presença entende-se que o sucesso editorial passa também pelo cultivo de relações estreitas entre o autor e editor.

Além da aposta em novos autores, o editor procura ainda novas linhas ou temas editoriais. Cabe ao editor transmitir uma imagem sólida da editora, ter em conta a necessidade de equilíbrio entre as diversas colecções, o leque de autores, as partes constituintes do catálogo, o que não é compatível com a focalização num livro ou num só autor. Na tomada de decisão, o editor pensa no público-leitor intencionado das suas novas colecções, no acolhimento que essas colecções poderão ter e nas estratégias para propiciar-lhes o melhor destino: uma decisão empresarial e uma decisão cultural.

No caso da Editorial Presença, todos estes aspectos são alvo de ponderação. Uma colecção que ilustra a aposta numa nova linha editorial é a *Lado B*, caracterizada da seguinte forma no Catálogo Geral (2010: 35):

Se procura boa literatura - criativa, forte, irreverente, contemporânea e arrojada - a LADO B é exactamente para si. Os géneros fundem-se, as fronteiras esbatem-se e o único critério é qualidade. Aqui, pela história ou pelo conceito (ou por estas duas razões em simultâneo), com uma perspectiva nova e diferente, e uma lufada de ar fresco, encontrará obras que se destacam do romance convencional. A colecção que representa a outra face da literatura.

Actualmente, a colecção conta já com 11 títulos, sendo os autores que mais se destacam: George Perec – famoso novelista, ensaísta e realizador francês galardoado com os prémios Médicis (1978) e Renaudot (1965) – com *A Arte e o Modo de Abordar o seu Chefe de Serviço para lhe pedir um Aumento*; John Wyndham – aclamado escritor inglês de ficção-científica – com *Chocky*, *O Amigo Invisível*; e Steven Hall com *Memória de Tubarão*. Este é o primeiro romance de Hall, que já ganhou dois prémios literários e se encontra traduzido em mais de 30 línguas.

A *Lado B* continua a ser uma colecção com vendas reduzidas, apesar do investimento na promoção dos livros. Os títulos que figuram nesta colecção são dirigidos a um público que procura a qualidade literária ligada a autores inovadores menos mediáticos. Schuwer (2002: 19) adverte que não há garantias de que a aposta seja bem sucedida e lembra que tudo depende da adesão do público leitor: «L'innovation n'est pas en soi une valeur absolue: la voie est étroite entre celle qui est avalisée par le public et celle qui anticipe trop tôt sur son adhésion».

Se um editor deve zelar pela imagem da sua editora, em termos do papel cultural que desempenha, tem também que tomar decisões filtradas por imperativos de cariz económico e financeiro.¹² Um editor de sucesso é aquele que consegue desempenhar um papel equilibrado entre o homem das letras e da economia.¹³ Um editor tem que fazer contas aos gastos com a produção de livros,¹⁴ assim como com a difusão e distribuição.¹⁵ Sendo a Presença uma editora que procura o sucesso comercial, esta premissa é de grande importância. Para a editora poder apostar em títulos como os que figuram nas colecções *Lado B* ou *A Biblioteca de Babel*, é necessário apostar noutros mais vendáveis e rentáveis. Exemplo disso são as colecções *Geronimo Stilton*, *Grandes Narrativas* ou *Champanhe e Morangos*. Outra função do editor não menos importante é a promoção do fundo de catálogo, uma vez que é aqui que reside a maior tensão na relação entre o editor e o autor: «Le service de publicité, aussi, est la face visible de l'effort que l'éditeur veut bien apporter à son auteur. Une champagne publicitaire, des promotions spéciales sont l'objet des permanentes sollicitations de tout auteur» (Schuwer, 2002: 29).

5.2. O director editorial

O director literário ou, no caso da Presença, o director editorial tem um papel coadjuvante na tomada de decisão, podendo ser considerado o braço direito do editor. No caso dos originais portugueses, o director editorial da Presença interpela o autor e decide o qual o destino da obra. É o director editorial que avalia a qualidade literária e a pertinência de publicação de uma obra. Embora a última palavra quanto à decisão de publicação caiba ao editor, o director

¹² Vd. Bouvaist (1991: 13) : «Il est aussi chef d'entreprise et doit veiller à l'équilibre financier de son affaire, afin de verser leurs droits à ses auteurs, de faire face aux échéances de ses divers fournisseurs, de payer les salaires et charges sociales de ses collaborateurs, d'investir sur de nouveaux livres et de rémunérer le capital investi par ses actionnaires».

¹³ Vd. Martins (1999: 36): «O editor pode sempre ser encarado como “uma espécie de centauro: metade homem de letras – antena sensível aos movimentos culturais do seu tempo – metade homem de negócios”. Mas, uma vez aceite a concepção integrada do livro, admita-se que o “editor é cada vez mais uma equipa e cada vez menos uma pessoa”, cada vez mais uma empresa e cada vez menos um *gentlemen's club*. O tempo do editor-tertúlia literária acabou; hoje, há industriais e gestores, por vezes com cultura e bom gosto».

¹⁴ Leia-se Schuwer (2002: 22) «Après acceptation du projet et du manuscrit, voire de l'illustration, toute une suite d'opérations se succèdent que seul l'éditeur assume: de la révision du text à la composition at aux corrections, de la recherche iconographique à la mise en page, du dessin à la photogravure, toutes cês étapes du «pré-presse» anticipent l'achat du papier, l'impression et la finition».

¹⁵ Vd. *idem*, 24 : «De par son contrat avec l'auteur, l'éditeur est tenu d'assurer une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale, conformément aux usages de la profession».

editorial pode inflectir toda uma política editorial ou defender uma obra contra toda a equipa.¹⁶ Assim salienta Bouvaist (1991: 87):

Intermédiaire entre la direction générale et l'équipe, responsable de cette équipe, il gère la circulation des informations nécessaires à chacun. Il intervient dans les conflits internes entre les services prestataires ou contrôleurs et les créateurs.

Além das suas funções de decisão, o director editorial serve ainda como intermediário entre os restantes elementos que compõem o Departamento Editorial e a direcção¹⁷. Mas a sua actuação estende-se igualmente aos colaboradores externos, sendo o director editorial que destina a atribuição das traduções e dos pareceres de leitura. O seu papel de chefia do Departamento Editorial inclui ainda funções de distribuição, coordenação e controlo, bem como funções de ligação entre os elementos deste departamento e os elementos dos restantes departamentos¹⁸. Bouvaist (1991: 87) acrescenta ainda que:

Il doit savoir déléguer des responsabilités, animer un collectif, dédendre ses collaborateurs, contrôler leur travail sur les produits extrêmement différents, négocier des contrats et des compromis qui peuvent porter aussi bien sur des chiffres que sur des hommes, manipuler des statistiques, des comptes d'exploitation et des idées, convaincre des financiers, séduire des journalistes, plaire aux commerciaux, consoler les auteurs...¹⁹

A directora editorial da Presença não é excepção à regra. Com grande experiência no sector editorial, conhece os meandros da edição e a sua dinâmica. Frequentou feiras internacionais do livro (Bolonha, Londres, Turim e Frankfurt) durante largos anos, explora permanentemente

¹⁶ Refere ainda Schuwer (2002, 231) «Dépendant d'une direction générale attentive à son chiffre d'affaires et à sa marge, il défend ses initiatives, mais il peut subir soudain les aléas du marché, l'exigence d'une accélération pour une plus prompte publication et il doit doser ces efforts en fonction d'une équipe qui assume un programme planifié, chiffré, annoncé. Et tout défaillance peut se traduire par des surcoûts qu'on lui imputera».

¹⁷ Sobre as várias funções do director editorial ler: Schuwer, 2002, 230-233, e Bouvaist, 1991, 86-87.

¹⁸ Vd. Schuwer (2002: 230): «Le directeur editorial qui a la responsabilité de collections de textes (documentaires, politiques, scientifiques, etc.) affronte des problèmes assez comparables à ceux d'un directeur littéraire: il recherche les thèmes et sujets d'ouvrages et leur auteurs, controle et doses les orientations de son programme, en assure la gestion et la promotion avec les services compétents».

¹⁹ Sobre o director editorial acrescenta (*ibidem*, 231): «Posséder un certain charisme pour animer les collaborateurs internes et ceux extérieurs à l'entreprise, arbitrer les conflits de compétence des services qui concourent à la réalisation, surveiller le réalisme du planning qui subit les aléas humains, savoir prendre sans délai les mesures qui s'imposent pour y pallier... et respecter les investissements ou suggérer leur éventuel dépassement pour améliorer la formule éditoriale, ce sont autant d'équilibres instables qu'il convient de maîtriser».

novas oportunidades de tradução e co-edições e é uma leitora regular de revistas e jornais internacionais especializados em edição.²⁰

5.3. As reuniões editoriais

Nas tomadas de decisão as reuniões editoriais revestem-se de grande importância. Como salienta Woll (1999: 109):

The first step in this editorial process is to pass the manuscript to an editor for his or her review. If the editor agrees that the manuscript is worth pursuing further, then it should be discussed at an editorial meeting. This is simply a meeting at which all manuscripts considered for publication are discussed by the editors, basically from an editorial perspective. That is, how good is the manuscript? Is it well developed? What are the weak points? The strong points? Are there any competitive books on the market? What are the author's credentials for writing the book? Other pertinent questions are sure to arise.

Woll sugere ainda que, embora a última decisão caiba ao editor, este deve considerar as opiniões dos restantes elementos, os seus pontos de vista e as suas propostas, uma vez que o editor pode não estar totalmente consciente da existência de títulos mais competitivos no mercado.²¹

Os restantes elementos apresentam obras que lhes parecem interessantes, fruto de pesquisas ou propostas por agentes, e sugerem a leitura externa depois de uma breve apresentação (resumo, listas de países para onde foram vendidas, adaptação de direitos cinematográficos, televisivos, etc.). De acordo com Woll (1999: 110), esta apresentação deverá ter em conta os seguintes aspectos: «How it can be best positioned on the list, weakness of the proposal, sub-rights potential, and other sales and marketing issues that will impact the manuscript if it is acquired and sold».

Deverá haver um equilíbrio entre a avaliação editorial e a avaliação comercial do manuscrito. O manuscrito a ser publicado deverá aproximar-se do melhor dentro do seu género. Muitas

²⁰ Schuwer (2002: 231) evidencia a importância desta actualização: «Pendant les foires du livre et lors de rencontres régulières avec des éditeurs étrangers il tentera, avec le responsable des droits étrangers, d'intéresser des partenaires et de formaliser dès l'élaboration du Project dès accords de coédition».

²¹ Vd. Woll (1999: 109): «One's person opinion may ultimately prevail, but having others around the table to provide input and feedback to the opinions of others can help shape a manuscript. This process also can help point out competitive titles of which the single editor may be unaware, and it will bring different perspectives to bear on the manuscript's ultimate acceptability».

vezes um manuscrito pode ser intrinsecamente bom mas não ser economicamente viável, ou porque a sua produção é bastante dispendiosa, ou porque a sua qualidade editorial não se reflectirá nas vendas, pois o público-alvo é bastante reduzido.²² Esta delicada decisão é tomada pelo editor, que terá de avaliar o manuscrito em duas vertentes, a editorial e a comercial.

Na Editorial Presença é realizada semanalmente uma reunião editorial na qual participam o editor, o director editorial, as correspondentes de língua estrangeira e a assistente editorial. Nesta reunião são apresentados os pareceres de leitura das obras, que foram alvo de apreciação pelo leitor externo, procedendo o editor à escolha das obras que serão ou não contratadas. Esta reunião serve ainda para o plano editorial ser discutido e preenchido.

Sendo o programa editorial a base do *cash flow* da editora, é necessário planear cuidadosamente aquilo que irá ser publicado. Normalmente, este planeamento é feito a 12 meses, mas, no caso da Editorial Presença, o plano editorial é pensado de seis a nove meses. O Departamento Comercial e o de Marketing têm acesso ao plano com seis meses de antecedência. Quanto à apresentação editorial dos títulos, é feita apenas três meses antes da publicação por uma das correspondentes de língua estrangeira, que dá a conhecer o dossier de imprensa. Os dossiers de imprensa são o «bilhete de identidade» de cada obra, ou seja, estes contêm toda a informação necessária para que o gabinete de revisão e o Departamento Comercial e de Marketing possam elaborar toda a promoção e marketing de cada livro. Nele está presente um resumo da obra em questão, informações de vendas estrangeiras, as frases promocionais traduzidas para o português, as críticas e o parecer de leitura externo, caso existam, e outro tipo de informação que possa ser considerado relevante para a correcta compreensão da obra.

A franja temporal entre a assinatura do contrato e a publicação do livro – 18 meses no caso da Presença – contempla algumas tarefas importantes que irão permitir que a publicação do livro dê lucro. Durante estes 18 meses a editora terá o tempo necessário para proceder à tradução da obra, produção física do livro e distribuição. Estes meses servem ainda para preparar toda a comunicação e marketing do livro, ajustando a promoção ao público-alvo. Esta franja temporal tem como principal objectivo a preparação cuidada da publicação do livro. Por outro

²² Sublinha (*ibidem*, 110): «Whatever is published should be as good a manuscript of its kind as is possible. This necessitates sound editorial judgment be applied to the manuscript. Too often a sales manager who says a book won't sell gets his way at the expense of a manuscript that may be significant. There is no easy answer to this uneasy alliance between editorial and sales. Ultimately, if an editor reviews those manuscripts that sell and feeds that back into his own judgment, the two functions – editorial and sales – will meld to the benefit of all».

lado, visto o sector editorial seguir também tendências, este poderá ser o tempo suficiente para que surjam novas tendências e para que uma determinada obra que foi comprada deixe de ser novidade. Tudo tem de ser gerido de uma forma cuidada, prudente e antecipada.

6. Contratação de direitos

Em Portugal, só os autores reconhecidos possuem um agente literário, que negocia a contratação de direitos e de tradução das obras. Até à data, apenas um agente literário em Portugal, Ilídio Matos, tem representado autores estrangeiros. Os autores desconhecidos não têm agente, são eles a estabelecer o contacto com a editora.

No estrangeiro, o autor deposita a sua confiança no seu agente,²³ que escolhe a editora que mais lhe convém para publicar, lançar e promover uma obra. Parte do talento destes agentes consiste em conhecer os responsáveis editoriais e a sua especialidade e, segundo a sua notoriedade, obter um exame prévio, rápido, mas atento do manuscrito de um autor.²⁴ Porém, não é somente o autor que deposita confiança no agente, também o editor o faz, já que as agências literárias são uma grande e excelente fonte de material (Woll, 1999: 107). Muito do reconhecimento profissional destes agentes assenta na sua intuição, visto que são frequentemente os primeiros leitores do manuscrito. A grande maioria dos agentes emigrou do sector editorial, muitos deles foram previamente editores.

Normalmente, os agentes são pagos à comissão, numa percentagem que varia entre os 10% e 15% do valor total do negócio. Quando a venda é fechada pelo co-agente, esta percentagem chega aos 20%. Os agentes negociam os direitos de pré e pós-publicação, ou seja, o «avanço», a quantia que o editor terá de pagar pelo livro, os bónus e a percentagem do preço de capa,

²³ Vd. Woll (1999: 223) «Agents, in the foreign rights context, are those who have expertise in the various foreign markets, or who have co-agents in these markets who have specific expertise in their markets. Such agents and co-agents work with your publishing company to sell your books, or more usually the translation rights to your books, to foreign publishers. Co-agents are those who are affiliated with the agent, working with the agent for part of the commission. Usually, co-agents are located in or near the countries or regions in which they specialize».

²⁴ Para que a negociação de direitos seja bem sucedida e para que o trabalho do editor ganhe credibilidade perante o agente, Davies (1996: 32-33) afirma que é necessário manter boas relações com os agentes através de algumas práticas: «be prepared to make frequent contact with agents. Go and see them; Take them to lunch so you can talk about what are you looking for in a relaxed social setting; They will probably offer their least likely candidates for publication, to see what you make of them. Reject them with care; Study their authors list carefully. Make sure you know which agent handles which author; Suggest ideas for author they handle; You cannot hope to deal with the really big names in agency work – some of whom it seems have more famous than their authors».

consoante o número de exemplares vendidos. Segundo Davies (2004: 30) um bom agente é aquele que é ao mesmo tempo bom para autor e editor:

A good agent knows how to get the best deal for the author but also respects the author's needs. A good deal will constitute not only the best financial package, but also effective and well-planned marketing campaigns, successful subsidiary rights activity and a relationship with a publisher where the author feels wanted, noticed and taken care of.

Além do avanço, o autor recebe sob o preço de capa uma percentagem pela venda de cada exemplar. Este valor depende de vários factores, como a notoriedade do autor, a tiragem, a tipologia de texto – ficção, não-ficção, livro infantil, ilustrado –, o formato e outras características físicas do livro. No caso dos livros publicados pela Presença, a percentagem-padrão para a ficção corresponde a 8% até aos 2.000 ou 3.000 exemplares e 10% em diante. No caso dos livros infantis e infanto-juvenis, esta percentagem desce para os 6% e 8%, respectivamente. O somatório destes valores é pago, normalmente, duas vezes ao ano. Este ciclo de pagamentos de seis em seis meses permite ao editor perceber qual é a evolução de vendas de um livro (cf. Woll, 1999: 128-132).

Saliente-se ainda que, na contratação de publicação de uma obra estrangeira em Portugal, o autor é quem geralmente o detém o *copyright* e concede ao editor os direitos de tradução numa determinada língua para determinado(s) países (cf. Woll, 1999: 132). Os contratos são válidos durante cinco ou sete anos, contemplando 18 meses para a produção e publicação do livro. Quando um contrato cessa, o editor não está autorizado a publicar mais aquela obra. Se houver interesse em continuar a publicar, o contrato terá de ser renovado e os *royalties* ajustados. Se o editor não pretender continuar a obra, é frequente as partes intervenientes – editor e autor – chegarem a um acordo, delimitando um período temporal para que o editor possa «escoar» os livros em armazém.

Embora o editor pague um avanço, os respectivos *royalties*, e tenha o direito de traduzir e publicar a obra, os restantes aspectos gráficos do livro – reprodução da capa original, de fotografias, mapas, imagens, etc. – terão de ser negociados a parte. A permissão para a utilização destes elementos é negociada com quem detém o seu direito – ilustradores, agentes, editores, bancos de imagens – e implica sempre o pagamento de uma taxa, que poderá ou não ser negociável, tendo em conta a tiragem e o país de publicação.

É no Departamento Editorial que são ainda negociados e contratados os direitos de autor para originais portugueses e obras estrangeiras.

Na Presença, os elementos responsáveis pela contratação de direitos estrangeiros são as correspondentes de língua estrangeira e, por vezes, a directora editorial. As correspondentes dominam pelo menos duas línguas estrangeiras (o inglês e o francês) e representam a editora em feiras do livro internacionais: Bolonha, Londres, Turim e Frankfurt.

Nestas feiras encontram-se com os agentes, co-agentes e editores estrangeiros, que aqui apresentam novos títulos, discutem com eles o estado de obras contratadas anteriormente e declinam eventualmente obras enviadas para apreciação. A preparação da feira começa com alguns meses de antecedência, marcando-se os encontros com os editores e agentes e preparando-se as reuniões.

Para que a negociação seja bem sucedida é necessário possuir prática no terreno ao nível internacional e dominar algumas noções jurídicas relativas a direitos de autor.

As responsáveis pela compra de direitos têm uma relação contínua com o editor, isto por razões estratégicas e de desenvolvimento da empresa. A relação com a produção gráfica da obra é mais intensa no caso das co-edições e o acompanhamento do trabalho é contínuo desde a sua tradução até à revisão dos textos.

7. Co-edição

Visto que uma das áreas em que a Presença mais aposta ser a publicação de livros infanto-juvenis, a co-edição permite a aquisição de obras que não têm viabilidade económica para serem produzidas em Portugal. Robin (2000: 84) define a co-edição como «Un accord pour la traduction d'ouvrages généralement illustrés, conçus et réalisés par un éditeur détenteur du copyright, qui cède à un ou plusieurs éditeurs étrangers les droits d'édition».

A aquisição de livros em co-edição permite a redução do preço de produção através da economia de escala.²⁵ Os vários editores que participam na mesma co-edição apenas

²⁵ Cf. Robin (2000: 90) «La coédition ne se retrouve que dans le domaine du livre. Elle permet de rentabiliser un investissement éditorial qui parfois ne pourrait être réalisé sans elle. (...) la coédition permet d'affecter à plusieurs éditions les frais fixes de fabrication (en pratiquant la coimpression ou impression à la suite) et les frais de création, qu'ils soient hors text (droits, photogravure, maquette, etc.) ou texte (à-valoir)».

submetem o texto traduzido e revisto. As diferentes versões são compostas e impressas geralmente na China ou em Hong Kong, e são posteriormente enviadas, por barco, para o país correspondente. Todo este processo demora em média nove meses. Constitui uma forma viável de produção e publicação de livros bastante elaborados, com recortes, *pop-up*, com texturas, etc. A obra *O Príncipezinho – O Grande Livro Pop-Up*, publicada em Novembro de 2009, é um exemplo perfeito da franca viabilidade económica e de produção que o trabalho em co-edição permite.

8. Colaboradores Externos - Leitores e Tradutores

Como empresa de média dimensão, a editora possui um gabinete de revisão interno, já referido anteriormente, e recorre a colaboradores externos principalmente para leitura e apreciação de obras e tradução, mas também para a revisão de texto.

8.1. Leitores

Devido ao grande volume de trabalho e de obras enviadas pelos editores e agentes estrangeiros para apreciação, não é possível aos membros do Departamento Editorial realizarem internamente a leitura de todas as obras e elaborarem os pareceres de leitura. É assim frequente recorrer-se a leitores externos que colaboram com a Presença. A editora possui um leque de 15 colaboradores externos que efectuem a leitura dos livros e/ou dos manuscritos na língua original e elaboram os pareceres ou notas de leitura, nos quais apresentam uma breve análise do conteúdo e um juízo de valor. Estes pareceres de leitura têm um peso importante na tomada de decisão do editor. Como não é possível ler a obra internamente, este terá de confiar no juízo de valor apresentado pelo leitor.²⁶

A apreciação do leitor é extremamente relevante também no caso de originais portugueses com potencial para serem publicados, mas que muitas vezes precisam de ser editorados antes da sua publicação, a fim de melhorarem o conteúdo, ortografia, estilo, etc.

²⁶ Sobre o papel e competências do leitor, Bouvaist escreve: «Les lectures possèdent souvent deux ou trois langues, et se voient confier des secteurs littéraires spécialisés. Après avoir lu l'ouvrage dans sa langue originale, ils doivent rédiger une note de lecture qui aidera le directeur de département à prendre une décision» (1991: 99). Saber escolher os seus leitores é essencial para o editor. Como refere Schwuer (2002: 226) : «Ceux-ci [les lecteurs] doivent pressentir les lignes éditoriales de la maison et ses éventuelles ouvertures vers d'autres publics. Leur sagacité reconnue peut les conduire à intervenir sur les manuscrites».

Os pareceres redigidos pelos leitores da Editorial Presença são pareceres muito detalhados. No caso de narrativas literárias, por exemplo, é inclusivamente apresentado um resumo da história, uma descrição de personagens, etc, como suporte da avaliação.²⁷

Quer este parecer de leitura seja muito positivo, quer exprima reservas, é sempre aconselhável uma segunda leitura, como faz notar Schuwer (2002: 226):

Sur sa perspicacité repose en grande part la décision du responsable d'édition. Si sa note révèle un intérêt marqué, et même si elle exprime des réserves, une relecture s'impose, souvent celle d'un second lecteur. La confrontation des verdicts éclairera l'éditeur ou une membre du comité de lecture qui, la plupart du temps, parcourera ou lira l'oeuvre.

Na Editorial Presença esta situação geralmente não se verifica, pois os prazos de tomada de decisão são sempre muito pequenos, pelo que o editor tem que confiar apenas num único parecer de leitura.

Os leitores que colaboram com a Presença são independentes, exercendo, na sua maioria, profissões ligadas às Ciências Humanas ou às chamadas ciências exactas. Entre eles contam-se professores, engenheiros ou escritores com muito bons conhecimentos culturais. As línguas dominadas por estes leitores são o inglês, o francês, o espanhol, o italiano, o alemão e o sueco. No caso dos que colaboram com a Presença, muitos são também tradutores.²⁸ Os leitores neutros são aqueles que se julga representarem o grande público.²⁹ Nas áreas específicas, os leitores são conselheiros científicos, técnicos e pedagógicos,³⁰ com formação na áreas científicas em causa «Ils appartiennent déjà à un univers professionnel et une bonne connaissance de leur secteur d'activité renforce leurs capacités de jugement sur les oeuvres projetées et sur la concurrence» (*ibidem*).

Como colaboradores externos e independentes da estrutura editorial, são remunerados pelo parecer que elaboram. Os honorários variam entre os 75€ e os 125€, podendo este valor ser

²⁷ Recomenda Bouvaist (1991: 60): «S'il s'agit d'un roman, avant de rédiger son jugement, il faut résumer l'histoire, décrire les principaux personnages, prouver qu'on a consciencieusement lu, permettre à l'éditeur pour une ouvrage refusé de glisser éventuellement une phrase personnalisée dans la lettre de refus ou d'en savoir assez s'il est obligé de s'entretenir avec l'auteur. Et puis, si la l'opinion est favorable, il faut essayer de la faire partager, tenter de convaincre».

²⁸ Cf. Bouvaist (1991: 99) «Les lectures sont aussi souvent traducteurs».

²⁹ Cf. Schuwer (2002: 227) «Noton, sans y souscrire, que dès éditeurs s'entourent parfois de lectures «neutres», censés représenter «le grand public».

³⁰ Sobre a descrição mais detalhada dos vários tipos de conselheiros ver ainda Bouvaist (1991: 69-70).

alterado consoante a dificuldade e particularidade do texto, o tamanho, a língua original e o prestígio do leitor.

8.2. Tradutores

O papel do tradutor é mais importante do que frequentemente lhe é reconhecido. Segundo Schuwer (*ibidem*: 227) «Les traducteurs sont des auteurs à part entière et les lois sur la propriété littéraire et artistique protègent leurs oeuvres mais, comme pour tout auteur, le législateur se défend d'appliquer des critères de qualité».

Todos os tradutores que colaboram com a Presença são elementos externos à editora. Todos possuem formação universitária, sendo que alguns deles são falantes nativos da língua de partida do texto traduzido.

No contrato de tradução de uma obra é estabelecido o prazo de entrega da tradução, assim como o valor por página em relação a um determinado número de caracteres. É frequente este prazo de entrega não ser respeitado, pois muitos destes tradutores são profissionais liberais que trabalham para várias casas editoras, tal como acontece noutros países.

No contrato de tradução, neste caso estabelecido entre a Editorial Presença e o tradutor, está prevista a revisão da tradução feita pelo próprio tradutor. O preço de tradução por página varia consoante o prestígio do tradutor e a língua de partida. Na Presença, as traduções podem ir dos 8 euros até aos 12 euros por página padrão de 1800 caracteres.

As obras mais técnicas são traduzidas por tradutores especializados, uma vez que necessitam de uma revisão mais específica e de um conhecimento profundo na área. É prática frequente ser atribuída a tradução de uma obra a um determinado tradutor que já tenha traduzido outros títulos de um mesmo autor, sendo que a revisão da tradução é feita pelo próprio tradutor, e, posteriormente, por revisores externos à editora.

9. Actividades Desenvolvidas durante o Estágio

O estágio curricular que realizei na Editorial Presença, na qualidade de assistente editorial, decorreu de 2 de Novembro de 2009 a 30 de Abril de 2010, sob orientação da Dr.^a Raquel Dutra Lopes, correspondente de língua estrangeira.

Segundo Clark (2001: 90), o assistente editorial desempenha funções de secretariado e funções administrativas, passando pelo trabalho de editoração e revisão de texto, sempre supervisionado. Pode eventualmente procurar imagens para um determinado texto, tratar de direitos de autor e reimpressões. Bouvaist (1991: 60) refere ainda que o assistente editorial deve ter a noção de como funciona o Departamento Editorial, encarregando-se de funções administrativas que o editor não pode assumir.

No meu caso, as principais funções planeadas para o estágio foram as seguintes: registo de obras, recolha de textos e pesquisa de títulos; leitura e tratamento dos textos originais, uniformização e adaptação dos conteúdos, de acordo com o estilo editorial, e organização/preparação de feiras do sector – Bolonha e Londres. Para além disso, ao longo destes cinco meses, exerci ainda outras tarefas de secretariado, como o contacto com tradutores, compra de direitos de utilização de capas e tradução de um livro infanto-juvenil.

9.1. Registo de Obras

Assim que iniciei o estágio na editora, a primeira tarefa da qual fui incumbida foi a de registar os livros que dão entrada diariamente no Departamento Editorial, ou seja, todos os livros que são enviados pelos agentes e autores e que têm de ser registados numa base de dados. Este registo inclui o preenchimento de vários campos: título, autor, editora, agente, data, evento, língua, estado em que se encontra – livro, manuscrito, proposta – etc. Depois dos campos preenchidos, a obra passa a figurar na base de dados da Presença. Uma vez registada, pode ser actualizada, modificada e eliminada. Deste modo, e sempre que algum colaborador do Departamento Editorial pretenda consultar o estado de uma obra, basta fazer uma pesquisa e verificará o estado em que a mesma se encontra – em leitura, arquivada, contratada, em tradução, revisão ou publicada. O programa que permite fazer este registo foi criado de raiz para o efeito pela Presença. Além do registo de obras que dão entrada, durante a primeira semana na editora, a minha principal tarefa foi, através do já referido programa, actualizar os registos das obras que seguiram para o arquivo, ou seja, livros que se encontram já há algum

tempo na editora, mas que, por variadíssimos motivos, não cumprem os critérios necessários para publicação. Coube-me retirar das estantes os livros que seguiram para o arquivo, registar o estado de “Arquivado” no programa e colocá-los de parte, para mais tarde serem empacotados por ordem alfabética e seguirem para o arquivo do Departamento.

9.2. Recolha de textos e pesquisa de títulos

A pesquisa de novos títulos é feita através de vários recursos: revistas da especialidade, pesquisa na internet e leitura de catálogos. Sendo a actualização constante essencial para a descoberta de novidades, a Editorial Presença subscreve algumas das mais conceituadas *newsletters* – *Publishers Marketplace*, *Infolibro*, *Café Penguin – The Penguin Reader’s Group Newsletter*, e *Frankfurter Buchmesse* –, bem como um vasto conjunto de revistas do sector editorial e livreiro internacional - *The Bookseller*, *Publisher’s Weekly*, *Livres Hebdo*, *Lire*, *DeLibros*, *Buchreport* – e ainda outros periódicos de grande circulação internacional, como *Le Nouvel Observateur*, *L’Express*, *Newsweek* ou *Time*.

Destas periódicos assinados pela editora nem todas são lidos por mim. Os que passam pela minha pesquisa, normalmente uma vez por semana, são: *The Bookseller*, *Buchreport*, *Livres Hebdo*, *DeLibros* e *Lire*. As restantes assinaturas seguem directamente para a direcção/administração. Através de uma leitura atenta e cuidada, procuro novidades e destaques editoriais que possam vir a fazer parte do catálogo da Presença. A procura de novos títulos é feita com base nas temáticas, géneros e reconhecimento do autor. Sempre que encontro um título que considero interessante e que possa vir a constituir uma boa aposta editorial, fotocopio a informação que encontro na revista e procuro mais informações na internet. De seguida, passo essa informação à Dr.^a Raquel Dutra Lopes, que posteriormente dir-me-á se é ou não obra que mereça ser analisada em detalhe. Caso a minha orientadora confirme que merece um olhar mais cuidado, peço à secretária editorial que requisite um exemplar da obra junto do agente/editor. A leitura destas revistas tem também como objectivo a pesquisa de mais dados sobre os autores publicados pela Presença, assim como a procura de informação sobre os títulos que irão ser publicados, que será depois seleccionada para os dossiers de imprensa. Neste último caso, as novas informações sobre uma determinada obra ou um determinado autor são fotocopiadas e anexadas ao respectivo dossier de imprensa. Todo o processo de procura e arquivo de informação é semelhante para obras pesquisadas na internet ou nos

catálogos enviados pelos agentes/editores. As revistas consultadas são posteriormente arquivadas.

9.3. Leitura de textos originais

A tarefa que mais tempo me ocupou durante o estágio foi a leitura e apreciação de originais portugueses. Diariamente chegam propostas de edição à editora. Estas propostas necessitam ser cuidadosamente analisadas com vista à descoberta de um novo autor, quem sabe, de um potencial *bestseller*.

Davies (2006: 14-15) tece algumas considerações importantes sobre como os autores seleccionam a editora para enviar os seus textos:

From the point of view of the authors, they are seeking a house whose list and marketing they admire. (...) To be more specific, what is likely to be going through author's minds when they are thinking about choosing a publisher? Cachet; Brand identity; The presence of an editor of demonstrable flair and judgment; High-profile promotion and marketing; Production; Digital technology. (...) For some authors there might be another consideration, and that is the size of the house.

Em Portugal, a grande maioria dos autores envia os manuscritos para apreciação para todas as editoras das quais possui contactos. Apenas uma pequena parte selecciona o envio de acordo com o tipo de obra e o catálogo editorial da editora. No caso da Presença, é muito frequente receber propostas de publicação para poesia, muito embora este seja um modo literário no qual a editora não aposta há já alguns anos.

Dado que o tempo para a leitura de cada original é escasso, peço primeiro aos autores que enviem por e-mail uma apresentação do projecto, um resumo e um pequeno excerto acompanhado de algumas informações pessoais biográficas e bibliográficas relevantes.³¹ Este processo foi adoptado por forma a fazer uma triagem das obras com potencial interesse, uma

³¹ Este pedido é hoje corrente em editoras de média e grande dimensão. Diz Davies (2006: 19): «It is fairly rare these days to be sent a whole typescript for consideration. Most authors prefer, or are requested, to send in an outline synopsis or a treatment for a book. This usually consists of: a description in general terms of what the book will be about; a more detailed description of the content of each chapter; factual information about length and writing time needed; a readership evaluation; an analysis of why the book will be attractive to the prospective reader; a strengths-and-weaknesses evaluation of the proposed book in relation to any competitive books in print or known to be in preparation – desirable, but not always included; the author's qualifications to write such book».

vez que é impossível ler todos os manuscritos na íntegra. É igualmente um meio de seleccionar somente as tipologias de texto que a editora está a contemplar para publicação. Actualmente, teatro, poesia, crónicas, contos para adultos e livros técnicos e científicos não são analisados por motivos de ordem editorial.³² Todas as informações e textos enviados pelos autores, quer por e-mail quer por correio postal, são tratados com o maior respeito e confidencialidade, uma vez que reflectem o tempo, dedicação e trabalho dispendidos pelo autor durante meses ou até anos.

Numa primeira fase, aquando da leitura e apreciação dos resumos/sinopse e excertos, mais do que questões de correcção gramatical, ortográfica e técnico-científica, procuro avaliar a adequação da obra ao catálogo editorial, a pertinência e relevância do tema e a forma com este é abordado, a originalidade e a viabilidade comercial da obra, tendo em conta o público-alvo a que se dirige.³³ Outro aspecto importante prende-se com o factor novidade e com a posição da obra face a outras existentes ou não no mercado editorial. Depois da primeira leitura, caso esta primeira apreciação seja positiva, peço ao autor para enviar o manuscrito completo para uma segunda leitura em pormenor. No decorrer do estágio curricular tive a oportunidade de ler as seguintes propostas de autores portugueses que, por razões de sigilo, não identifico:

- *O Polegar de César* (romance)
- *Gargalhadas no Céu* (romance)
- *O Ilustre Peito Lusitano* (romance)
- *Kill Obama* (romance)
- *Levaram-me* (romance)

³² No sítio da Presença estas restrições são dadas a conhecer aos autores, bem como as regras de envio de originais. Vd. «Como se processa o envio de originais para apreciação?», <http://www.presenca.pt/ajuda/>: «Um dos objectivos da Editorial Presença é a aposta em novos talentos, pelo que muito valorizamos os contactos que recebemos com vista à possível publicação de obras inéditas.

De forma a submeter um trabalho da sua autoria à nossa apreciação, agradecemos que nos envie uma breve exposição do mesmo, referindo o género e o tema em aproximadamente duas páginas A4, acompanhada de alguns dados pessoais que considere relevantes para o efeito. Após análise da apresentação enviada, contactá-los-emos. Por razões de ordem editorial, de momento não estamos a analisar poesia, teatro, crónicas e contos.

As propostas deverão ser enviadas por e-mail ou correio postal».

³³ Cf. Davies (2006: 16) «Editors of course select authors as part of the process of accepting submissions. When editors examine proposals for publication, they will take factors regarding the author into consideration: for example, qualification for the task; reputation in a subject area or field; evidence of writing ability; track record; and so on».

- *Sangue Novo* (fantasia - juvenil)
- *Palhinçócegas* (conto infanto-juvenil)
- *Leo, o Gato e o Passarinho* (infanto-juvenil)
- *Diários Atrasados da Mulher Peter Pan* (literatura de viagem)
- *Horizontes em Branco* (literatura de viagem)
- *História dos Campeonatos do Mundo de Futebol* (história)

De todas estas propostas, apenas três foram aceites para publicação: *Leo, o Gato e o Passarinho*, *Horizontes em Branco* e *Levaram-me*. Nos três casos, o meu contacto com todo o processo de edição foi reduzido, uma vez que a editoração destes títulos foi feito por colegas do Departamento. O conto infantil *Leo, o Gato e o Passarinho* chegou à editora através de um e-mail enviado pela autora. Depois de analisar o projecto e lido o conto, percebi que poderia constituir uma boa aposta de publicação. Imediatamente me pareceu interessante e despertou a minha atenção. Decidi mostrá-lo às restantes colegas do Departamento, assim como à directora editorial. Todas as opiniões foram bastante positivas. De seguida, o projecto foi apresentado ao editor, que decidiu publicar. Relativamente aos outros dois manuscritos acima mencionados, o meu parecer de leitura foi apenas apresentado em reunião editorial, no caso do título *Horizontes em Branco*, e à directora editorial, no caso de *Levaram-me*.

Quanto aos restantes originais portugueses, escrevi e apresentei em reunião editorial um parecer de leitura sobre:

- *Sangue Novo*
- *O Polegar de César*
- *Gargalhadas no Céu*
- *Kill Obama*

Destes nenhum obteve uma avaliação favorável em reunião, o que sentenciou a não publicação dos mesmos.

No que respeita a títulos estrangeiros, tive oportunidade de ler quer livros enviados pelos agentes, quer livros que seleccionei no âmbito de pesquisas feitas por mim:

- *Aspire*, Kevin Hall (auto-ajuda)
- *Déjate ser feliz*, Carlo Goni Zubieta (auto-ajuda)
- *Gut gegen Nordwind*, Daniel Glattauer (romance)
- *Alle sieben Wellen*, Daniel Glattauer (romance)
- *A girl made of dust*, Nathalie Abi-Ezzi (romance histórico)
- *Kickers Book 1 & Book 2*, Richard Wallace (infanto-juvenil)
- *My name is memory*, Ann Brashares (juvenil)

Destes vou apenas debruçar-me sobre os quatro que considero mais relevantes. À semelhança dos manuscritos portugueses, também sobre cada um deles elaborei um parecer de leitura e recolhi todas as informações que encontrei sobre a obra, autor, crítica e direitos vendidos. *Gut gegen Nordwind* e *Alle sieben Wellen* foram escritos pelo mesmo autor e o segundo título é uma continuação do primeiro. Ambos se dirigem a um público feminino. Os romances de Daniel Glattauer inserem-se na denominada *chick-lit*, ou romances para mulheres, romances de amor. Em termos de qualidade dentro do género, são romances bem escritos, com uma história centrada na acção e rica em *suspense*, proporcionando ao leitor uma leitura quase compulsiva, pois queremos saber o que vai acontecer a seguir. O romance apresenta-se estruturado em forma de troca de e-mails, o que confere dinâmica e velocidade à leitura.

O parecer que escrevi sobre o primeiro romance foi bastante positivo e, em reunião editorial, o texto foi realmente considerado capaz de atrair um grande número de leitores. A «sequela» mereceu também uma boa apreciação, se bem que não tão consensual. Foi decidido fazer-se uma oferta pelo primeiro título. Acontece que o negócio só podia ser realizado com a compra dos dois romances. Por este motivo, e por não haver um acordo quanto a valores entre ambas as partes, os direitos não foram comprados.

Os dois outros livros sobre os quais me passo a debruçar, *Aspire* e *Déjate ser feliz* são títulos para o grande público, que pretendem revelar ao leitor os trunfos para atingir a felicidade,

através de pensamentos e acções. Durante a análise, estive atenta ao factor novidade, uma vez que esta tipologia é bastante procurada e, por isso, também o mercado oferece muitas opções ao leitor. Uma vez que as obras não apresentavam o factor novidade que as destacasse das já publicadas, o parecer foi negativo.

Na leitura destes livros, a maior dificuldade que senti enquanto leitora foi a de equacionar não só a qualidade intrínseca das obras, mas também a sua viabilidade comercial e editorial.³⁴ Para a Presença – como para a maioria das casas editoras – não basta um livro ser bom por si só, tem também que ser vendável e capaz de atrair um grande número de leitores, uma vez que é imperioso alcançar sucesso comercial. Outra dificuldade por mim sentida prendeu-se com o tempo necessário para a leitura completa do manuscrito/livro. Enquanto em algumas obras a mediocridade é facilmente percebida através da leitura das primeiras páginas, outras exigem uma leitura mais atenta, especialmente nos casos em que o texto não é nem uma «obra-prima» nem um «fracasso». Nestes casos, é necessário ponderar e reflectir cuidadosamente sobre os pontos fortes e fracos para a elaboração do parecer, tendo em conta obras semelhantes já existentes no catálogo da editora e no mercado. Outro ponto que gostaria de salientar foi que não acompanhei de perto a negociação de direitos de contratos das obras que apresentei, pois esta actividade não estava no âmbito das minhas funções como assistente editorial estagiária.

Em retrospectiva, esta foi uma das tarefas que mais tempo me ocupou, embora nem sempre tenha sido desafiante. Enquanto leitora, tive de ler e apreciar obras que se afastam do meu gosto pessoal. É necessário manter objectividade e defender ou rejeitar uma obra dependendo da sua qualidade estética e literária e tendo em conta o mercado e o público a que se dirige. Não sendo esta uma tarefa umbilicalmente ligada aos conhecimentos adquiridos durante o Mestrado, permitiu-me aplicar saberes e competências adquiridas e desenvolvidas durante a Licenciatura em Línguas e Administração Editorial, no âmbito de Língua e Cultura, Temas de Literatura e Literatura Contemporânea.

³⁴ Davies (2006: 16) apresenta assim o que o editor deve ter em mente quando toma decisões de publicação «They are looking for authors whose books are going to sell successfully. (...) Editors must keep themselves in tune with readers' interests and needs. Certainly, that aspect is directly dealt with during the evaluation of specific proposals, but it must be constantly addressed on a broader level if editors are to know what the market wants. (...) Choosing books to publish is just like any other test of observation; beginning with developing an eye, a feel, a set of navigational tools for getting around. Experience simply heightens and focuses your sense of observation. You learn».

9.4. Tratamento de textos originais

Uniformização e adaptação dos conteúdos de acordo com o estilo editorial

No âmbito do estágio uma das tarefas que recebi foi a de rever e editar um manuscrito original português. Este manuscrito, que será publicado no início do ano de 2011, figurará na colecção *Noites Claras*, uma colecção que é apresentada aos leitores nos seguintes termos:

Títulos (...) partilham uma característica que talvez não seja desejável numa noite de semana: é impossível parar de os ler, o que pode levar a menos umas horas de sono... Aqui, sem tabus e com uma séria aposta na qualidade da literatura, o compromisso é o de não moralizar nem infantilizar. (Catálogo Geral, 2010: 106)

No âmbito da revisão que me foi atribuída e que desenvolvi, procedi à uniformização e adaptação dos conteúdos de acordo com o estilo editorial, ou seja, de acordo com o público a que se dirige, a colecção em que se insere e a tipologia de texto.³⁵ Durante a realização deste trabalho de adaptação e uniformização foi necessário ter sempre presentes como linhas orientadoras os três aspectos que acabei de mencionar.

Acerca das competências do editor, Mackenzie (2004: 1) define quais as competências necessárias para desempenhar este papel:

Communication skills: Editors are articulate and communicate lucidly in writing; they can write in various registers and styles and on the voices of an author. Social skills: Editors are tactful, patient, flexible, good at negotiating and have respect for others' views. Cognitive skills: Editors are good at abstract, inductive, critical thinking; they quickly identify the essence of a voice of writing and grasp underlying concepts and themes. Reading skills: Editors use many strategies to gain meaning from text, such as skimming, skipping and parsing. Imagination and initiative: Editors perceive how to transform raw text into an effective publication by imagining the reader's next needs. They are resourceful in solving problems and finding information. Concentration, perseverance, attention to detail: Editors engage with complex written material for days or weeks at a time. They are methodical and meticulous, performing tedious, repetitive tasks with painstaking care. Managerial and administrative skills: Editors are good at organizing,

³⁵ Cf. Billingham (2002: 34) «Whether you are an 'editor' or a 'writer-editor' who is familiar with the document, you need to begin by looking at it overall, concentrating on the content and making some bold decisions. The exact nature of your questions will depend on: the type of text (report, essay, newsletter); the person or people it is intended for; the purpose of the document».

prioritizing, and meeting deadlines. They keep track of numerous multi-stage projects over extended periods. Team players: Editors collaborate well, and they expect the author or the publishing team to take credit for their work.

Depois de me ser entregue o manuscrito para tratamento, comecei por ler o manuscrito na íntegra, visto que não tinha tido qualquer contacto com o texto. Após a primeira leitura, iniciei a revisão, tarefa que posso diferenciar deste modo: uma revisão tipográfica/gráfica e uma revisão estilística/ortográfica.³⁶ Na revisão de nível tipográfico/gráfico centrei-me em aspectos como hifenização, translineação, acentuação, pontuação, verificação da numeração dos capítulos e páginas, assim como apresentação gráfica dos diálogos. Outro aspecto que requereu a minha atenção foi a normalização de alguns elementos, como o formato de datas, horas e utilização de itálicos. A normalização harmoniza o texto, facilitando a leitura e tornando-a mais agradável ao leitor, transmitindo, ao mesmo tempo, a preocupação em apresentar um texto cuidado.

Ao nível da revisão gramatical e estilística, a minha atenção prendeu-se não só com a colocação dos elementos na frase – sujeito, predicção, complementos, advérbios, etc. –, as concordâncias sujeito/verbo, o plural dos adjectivos, correcto emprego dos tempos verbais, prefixação, sufixação, regências verbais e nominais, conectores, pronomes e repetições, mas também com o registo de linguagem, o estilo, tendo a conta a recepção por um público feminino adolescente. Durante toda a revisão estive igualmente atenta ao uso de expressões e frases que se adequam ou não às expectativas desta faixa etária.

Aquando do trabalho de normalização e uniformização do original, deparei-me com a inexistência de um manual interno de normas de edição de texto quer para revisores, paginadores e tradutores, quer para autores, que facilitasse a uniformização da apresentação de todos os títulos publicados pela Presença. Deste modo, foi necessário recorrer algumas vezes

³⁶ Cf. Mackenzie (2004: 143) «Copyediting is the heart of the editorial process, comprising the essential tasks that must be done to prepare any document for publication – correcting spelling and grammar and checking for inaccuracies and inconsistencies. Copyediting can take place at various levels, depending on the quality of the original document and the time and money available. It includes language editing and it blurs into substantive editing. (...) I present here the systematic procedure for copyediting that I apply to each job, which vary at times, adding more steps when I need them. 1) Appraisal; 2) Mark-up or apply styles; 3) Rough edit of text; 4) Rough edit of everything else; 5) Smooth edit of everything; 6) Compile queries for the author; 7) Documentation, extra copy; 8) Incorporate author correction; 9) Final check all; 10) The printout; 11) Proofreading; 12) Despatch or handover».

ao Departamento de Revisão para esclarecer algumas dúvidas, nomeadamente na utilização de itálicos e maiúsculas.

Todas as anotações foram colocadas à margem utilizando os sinais tipográficos de acordo com a norma NP-61. Para desenvolver este trabalho foram-me muito úteis os conhecimentos adquiridos na disciplina de Revisão de Texto do Mestrado em Estudos Editoriais e no Curso de Revisão e Preparação do Original, organizado pelos Booktailors, que frequentei em Novembro de 2009. Para que este trabalho atingisse o nível de satisfação esperado, foi necessário fazer duas revisões antes de mostrar o trabalho à autora, dado que o número de alterações propostas foi grande. Depois de todos os problemas assinalados, fotocopiei o manuscrito revisto e enviei-o à autora juntamente com uma carta na qual esclarecia o âmbito das minhas alterações/sugestões, visto que propus a supressão de algumas partes e a reescrita total de outras. Sendo sempre este um ponto bastante melindroso para o autor, decidi, através de uma carta, explicar ponto a ponto todas as alterações (Cf. Owen, 1996: 134). Esta é, aliás, prática comum na editora, de modo a não fragilizar a relação com o autor e a dar oportunidade ao mesmo de verificar e acompanhar o trabalho que vai sendo feito no texto. Sobre esta relação «sensível» entre o autor/editor, Martins (2005: 124) afirma:

O editor pode ser pólo duma relação conflitual, dum choque de poderes. Recorde-se Camilo: é para os editores que mais cartas escreve; discute, negocia, exalta-se, exige; ora é elegante e caloroso, ora vulgar e tempestuoso; faz e desfaz relações, mas escolhe ficar no jazigo dum editor. Não seria uma prolongada relação amor-ódio?

Durante a realização desta tarefa, deparei-me com algumas dificuldades. Um dos maiores desafios que encontrei foi a falta de diversificação vocabular, sendo que a autora utilizava quase sempre os mesmos conectores ao longo do texto. Foi necessário recorrer ao uso de outros conectores para enriquecer o texto e não cair em repetição, o que levaria ao cansaço na leitura. Outra dificuldade com a qual me deparei relaciona-se a procura da verosimilhança. Sendo o autora desta obra ainda uma adolescente, foi necessário explicar-lhe que algumas passagens da diegese necessitavam de ser coerentes e reais, para que o leitor não «estranhasse» e para que toda a história fosse credível. Visto que não pretendia alterar o sentido do texto, sempre que alguma passagem apresentasse inverosimilhança, assinalei e sugeri posteriormente à autora a sua alteração. Este processo é bastante delicado, pois reveste-se de algum melindre explicar a um autor inexperiente no mundo da edição que é necessário alterar e até suprimir

algumas partes do texto, com vista a melhorá-lo. Uma das preocupações da editora é que o texto seja publicado o mais perto possível da perfeição.

Por último, sendo o tratamento do texto uma tarefa que exige bastante concentração e que, por isso, se torna algo desgastante (Mackenzie, 2004: 144), senti alguma dificuldade em conseguir conciliar esta tarefa com todas as outras tarefas administrativas que frequentemente interrompiam a revisão. Deste modo, a revisão levou-me mais tempo do que o esperado.

9.5. Preparação de participação em feiras do sector

A preparação da agenda de reuniões das feiras internacionais de Bolonha e Londres foi outra actividade que desenvolvi durante o estágio. A Feira do Livro Infantil de Bolonha³⁷ tem lugar anualmente em Bolonha, no mês de Março. No presente ano, realizou-se a 47.^a edição, de 23 a 26 de Março, na qual participaram 1300 expositores de 67 países. Esta feira é o evento internacional mais importante do sector editorial para a compra e venda de direitos do livro infantil e reúne autores, editores, agentes, livreiros, ilustradores, gráficos, produtores de cinema e televisão e distribuidores de todo o mundo. Sendo a edição infanto-juvenil um dos grandes sectores de mercado da Presença, esta participa anualmente na feira de Bolonha, enviando, para o efeito, duas correspondentes de língua estrangeira. Em Bolonha, todos os profissionais ligados ao livro infantil se reúnem para: comprar e vender direitos; encontrar as novidades da indústria do livro infantil e multimédia; gerar e angariar contactos e estreitar relações em contexto profissional; descobrir novas oportunidades de negócio e discutir e debater as últimas tendências do sector.³⁸ Como a Presença não possui um *stand* próprio, a sua representação está assegurada pela APEL.

A Feira do Livro de Londres³⁹ desenrola-se em moldes muito semelhantes à feira de Bolonha. Em Londres, a feira tem lugar anualmente, geralmente no mês de Abril. Em 2010 decorreu a sua 39.^a edição, de 19 a 21 de Abril. Esta é uma feira generalista, onde são negociados direitos de títulos de ficção, não-ficção e infanto-juvenis. À semelhança da feira de Bolonha, aqui também estão presentes autores, editores, agentes, livreiros, ilustradores, gráficos, produtores de cinema e televisão e distribuidores de todo o mundo, a maioria europeus, embora os participantes americanos tenham também um peso significativo.

³⁷ <http://www.bookfair.bolognafiere.it/>

³⁸ <http://www.bookfair.bolognafiere.it/en/info/>

³⁹ <http://www.londonbookfair.co.uk/>

Neste âmbito, fui encarregada de preparar as reuniões da minha orientadora de estágio. Depois de cada reunião estar confirmada com o editor/agente, Owen (2006: 84) afirma que é necessário preparar as fichas de reunião para cada editor, assinalando os títulos já comprados, os declinados e aqueles que ainda se encontram em avaliação na editora. Esta informação organiza-se em pequenos pontos e frases e deve incluir as datas de negociação e de publicação das obras que se encontram em tradução ou no plano editorial. A minha tarefa foi precisamente preparar as fichas para a reunião, do mesmo modo que Owen descreve a preparação das mesmas, organizando a informação sobre os livros contratados, declinados e em análise.

9.6. Tradução

No âmbito do estágio, tive ainda a oportunidade de traduzir um conto infantil. Foi-me pedida a tradução do conto *The Magical World of the Tiara Club*, cujo título definitivo em português é *O Mundo Mágico do Clube Tiara*. Este livro é da autoria de Viviane French,⁴⁰ autora dos títulos da série *O Clube Tiara*⁴¹, inserida na colecção com o mesmo nome – nesta colecção são apresentadas as aventuras das princesas da Academia das Princesas. A colecção conta já com oito títulos, embora *O Mundo Mágico do Clube Tiara* figure na colecção *Diversos* por motivos de formato. Estes livros dirigem-se a raparigas entre os oitos e dez anos de idade.

Na versão do inglês para o português não senti dificuldades de maior, a não ser na tradução de antropónimos. Uma vez que todos os títulos da colecção *O Clube Tiara* foram traduzidos pela mesma tradutora, esta elaborou uma lista de traduções e adaptações de antropónimos, topónimos e determinados lexemas que vão aparecendo nas diversas obras desta série, da qual não tinha conhecimento. Após a revisão da tradução feita pela directora editorial, fui confrontada com esta lista, encontrando aqui a solução para alguns dos problemas. Este foi o último contacto que tive com a obra, uma vez que a revisão de provas foi feita directamente pelo Departamento de Revisão. Ainda durante a tradução, senti a necessidade de identificar todas as ilustrações e textos escondidos, para que pudesse mais facilmente identificar e localizar o texto já traduzido e o sítio certo a que pertencia cada passagem, de modo a evitar futuros erros de paginação e formatação.

40

<http://www.presenca.pt/autor/vivianfrench/?fz=Produto+associado+A+Princesa+Catarina+e+a+Vassoura+Bailarina>

⁴¹ <http://www.presenca.pt/pesquisa/colecao/O+Clube+Tiara/>

No que respeita à linguagem não encontrei problemas. O vocabulário é simples, nada é rebuscado ou complexo. Embora a tradução não tenha oferecido grandes dificuldades, a minha maior preocupação foi manter-me fiel ao texto sem me afastar muito do tom de toda a colecção, uma vez que os restantes livros foram traduzidos por outra tradutora.

Por último, e ainda durante a tradução, uma outra dificuldade sentida esteve relacionada com o formato físico do livro, ou seja, este é um livro totalmente ilustrado, ao contrário dos outros títulos, e com figuras *pop-up*. A primeira necessidade que senti foi a de encontrar e numerar todas as figuras e textos «escondidos» que aparecem ao longo deste livro. Depois, foi necessário indicar com rigor a localização do texto e a sua respectiva tradução para que o paginador não cometesse erros ao inserir o texto no ficheiro paginado.

9.7. Secretariado

Ainda durante o estágio curricular, além das funções e actividades mencionadas anteriormente, realizei outras de secretariado e apoio ao Departamento Editorial. Estas, de cariz mais prático, foram-me atribuídas assim que iniciei as funções de assistente editorial estagiária e contribuíram para a minha familiarização com os vários procedimentos adoptados pelo Departamento Editorial. A actividade primordial neste âmbito foi a gestão do e-mail do Departamento. Fui incumbida de administrar o e-mail que recebe as propostas de publicação de autores, editores e agentes. Este endereço não personalizado é o principal meio de comunicação entre a editora e o autor. Através dele recebia as propostas de publicação e procedia à sua avaliação, como descrevi anteriormente, e, depois, respondia ao autor, mesmo no caso de decisão de não-publicação. É igualmente através deste endereço de e-mail que a editora recebe as *newsletters* do mercado editorial internacional.

Ainda no âmbito da actividade de secretariado, estabeleci o contacto entre a editora e os leitores externos. Sempre que uma obra para apreciação era atribuída a um leitor, telefonava ao leitor escolhido, explicando sumariamente do que tratava a obra e indicando o número de páginas bem como o prazo de entrega do parecer de leitura. Depois de avaliada a disponibilidade, procedia ao envio do manuscrito impresso através do estafeta da editora. Ocasionalmente, ocorria enviar o manuscrito por e-mail, quando o leitor assim o solicitava. Posteriormente, após a recepção do parecer através deste mesmo endereço de e-mail, procedia ao registo do mesmo no programa editorial e ao seu arquivo em formato digital e impresso.

Um outro tipo de contacto estabelecido através deste endereço é feito com os tradutores que pretendem candidatar-se a uma futura colaboração com a Presença. Muitos são aqueles que fazem chegar o seu *curriculum vitae* por e-mail. Cabia-me apreciar os currículos e, de acordo com as necessidades da editora e as preferências do tradutor, efectuava o envio de um pequeno teste de tradução, geralmente as primeiras páginas de um livro já contratado, mas ainda não traduzido. Após a recepção do teste de tradução já realizado pelo tradutor, remetia-o para o Departamento de Produção, que, posteriormente, o passaria aos revisores internos para avaliação. Assim que esta avaliação estivesse concluída, era dada a conhecer, por e-mail, a aprovação ou não do teste. Em caso negativo, o *curriculum vitae* é arquivado juntamente com o teste de tradução revisto. Em caso positivo, a obra que foi alvo de teste é enviada para tradução a este tradutor.

Por último, dentro das actividades de secretariado desenvolvidas, pontualmente e sempre que necessário, executei a compra de direito de utilização de ilustrações e capas de livros. O Departamento Editorial estabelece o contacto com o agente ou editor que representa a obra e procede à negociação dos valores pela permissão da utilização das ilustrações e/ou fotografias. É igualmente frequente que esta negociação seja feita directamente com o autor da ilustração. Todo o contacto é, normalmente, estabelecido por e-mail. Após a negociação concluída e depois de ambas as partes chegarem a acordo, o agente ou ilustrador envia em formato digital os ficheiros e a factura para pagamento.

10. Considerações Finais

Chegado o termo do estágio e deste relatório, chego às considerações finais. No âmbito deste estágio pude aplicar mais directamente os conhecimentos adquiridos nas disciplinas de Revisão Textual e Edição na Actualidade do Mestrado em Estudos Editoriais. As disciplinas de Gestão, Marketing e Design Editorial foram igualmente importantes para a minha formação e forneceram-me uma visão geral de todo o processo de produção do livro e do funcionamento da editora, embora não tivesse tido oportunidade de testar os conhecimentos adquiridos durante a realização deste estágio. As disciplinas de língua portuguesa e de línguas estrangeiras, bem como as de literatura foram de grande relevância no acesso a textos ainda não traduzidos e no apuramento de conceitos estético-literários fundamentais para ler e apreciar criticamente manuscritos portugueses ou obras estrangeiras ainda por editar em português. Considero também relevante a minha experiência profissional anterior como assistente editorial numa editora de autor, uma realidade muito diferente da Presença.

Na Editorial Presença realizei o meu estágio no Departamento Editorial, o departamento onde é tomada a decisão de publicação de uma obra. Em apenas cinco meses pude ver e perceber como funciona na prática um departamento editorial de uma editora independente. Embora, na teoria, soubesse como funciona uma editora, através deste estágio pude perceber *in loco* como se desenvolve esta dinâmica. O facto de me dedicar apenas a esta área permitiu-me ganhar uma visão mais alargada e aprofundada do funcionamento do processo de decisão, da contratação de direitos autores portugueses e estrangeiros e de todo o trabalho de leitura e apreciação de originais portugueses. Toda a tomada de decisão que se prende de modo muito directo com os desafios actuais das editoras e com a percepção dos meandros sociais, económicos e culturais que envolvem mercado livreiro e que orientam preferências do público-leitor. O papel de leitora permitiu-me desenvolver a minha «sensibilidade» na procura de obras que fossem ao encontro daquilo que o mercado editorial e o público procuram. Como leitora procurava um manuscrito que se destacasse dos restantes e que, pelas características, pudesse agradar ao público-leitor, refrescando o mercado.

Um aspecto que me surpreendeu foi a grande quantidade de obras analisadas e compradas pela Presença, assim como a especulação relativamente aos avanços a pagar relativamente à contratação e publicação de uma obra. Actualmente, o mercado editorial é bastante especulativo no que respeita a avanços dados por uma obra, «obrigando» a editora a participar

neste «jogo» e a pagar quantias avultadas por cada título. Sendo a Presença uma editora independente de média dimensão, torna-se, por vezes, difícil competir com os grandes grupos editoriais, capazes de pagarem quantias astronómicas por título. Neste sentido, e face à conjuntura económica actual, é necessário pensar cuidadosamente e escolher com cautela os títulos a comprar e publicar. Cada vez mais é necessário garantir as vendas e, conseqüentemente, o lucro das obras publicadas, visto que a concorrência é cada vez maior. Bastará dizer que existem hoje muito mais títulos em circulação no mercado que há cinco anos, por exemplo.

Sendo a Editorial Presença uma editora independente, tem maior margem de decisão quanto às obras a publicar, pode construir e moldar o seu catálogo de uma forma mais personalizada. A burocracia que rodeia tomadas de decisão é menor que aquela que envolve editoras pertencentes a grandes grupos editoriais. Porém, estas editoras possuem uma grande estrutura que pode suportar pagar avanços maiores ou maiores *royalties*, uma vez que estão inseridas num grupo editorial e, por isso, podem igualmente assumir mais riscos. O poder negocial das editoras independentes é inferior ao dos grandes grupos, o que implica constrangimentos maiores no que se refere a grandes apostas editoriais.

Quando iniciei o estágio estava munida de todos os conceitos teóricos da edição, e foram esses mesmos conhecimentos que me permitiram evoluir e crescer como assistente editorial, gerindo com menor dificuldade os desafios que me foram apresentados ao longo de cinco meses. A maior dificuldade que senti, e, por isso, o maior desafio que encontrei, foi a gestão do tempo: conseguir desempenhar várias tarefas que requerem dedicação e concentração, nomeadamente a revisão textual e a leitura e apreciação de originais.

Após cinco meses reconheço que o meu saber sobre a edição e os seus meandros foi grandemente enriquecido através desta experiência profissional. O confronto da teoria com a prática despertou a minha atenção para o facto de alguns procedimentos aprendidos teoricamente não serem aplicados na prática editorial, o que se prende, naturalmente, com as características específicas de cada editora, mas também com a forma particular de actuar em cada caso. Mais do que esperaria, verifiquei, por exemplo, que o grau de subjectividade nas decisões editoriais é grande e que muito depende da visão do editor. Em última instância, cabe ao editor decidir o que é ou não publicado, embora os restantes elementos exprimam a sua opinião e defendam ou não a publicação de uma obra. Para tomar a sua decisão, o editor

apoia-se ainda nos pareceres de leitura externos, nas críticas, no número de vendas internacionais, etc. Todas estas decisões são tomadas nas reuniões editoriais, das quais também participei. No entanto, embora o editor tenha acesso a vários tipos de informação sobre o livro, a sua decisão é sempre subjectiva e parcial e nem sempre é partilhada pelos outros membros do Departamento Editorial.

Ganhei com este estágio interesse acrescido em evoluir como profissional da edição, aplicando e testando conhecimentos teóricos e aprendendo outros práticos, alargando horizontes no complexo mas desafiante processo de produção e publicação de um livro.

Gostaria ainda de salientar que, embora a minha aprendizagem profissional e académica se tenha desenvolvido muito significativamente, o facto de apenas colaborar com o Departamento Editorial me fez sentir que necessito de aprender mais e de conhecer melhor o funcionamento dos restantes departamentos de uma editora, nomeadamente o departamento de produção, para aprofundar saberes relativos ao «fabrico» do livro. Percebi que é necessário possuir uma visão global bem clara do processo de produção de um livro, até para se poderem tomar melhores decisões. O gosto que tenho, também, por aspectos de concepção gráfica e de design editorial, levar-me-á certamente, num futuro próximo, a procurar aprofundar os meus conhecimentos teóricos e práticos neste domínio.

11. Bibliografia

- AAVV (2010), *50 Anos Editorial Presença*, Lisboa, Editorial Presença.
- ADAMS, Lisa, HEATH, John (2007), *Os Livros que Lemos*, Cruz Quebrada, Estrela Polar.
- ANDERSON, Chris (2006), *The Long Tail*, London, Business Books.
- BILLINGHAM, Jo (2004), *Editing and revising text*, Oxford, Oxford University Press.
- BOUVAIST, Jean-Marie (1991), *Pratiques et Métiers de l'Édition*, Paris, Éditions du Cercle de la Librairie.
- BRAVERSTOCK, Alison (2007), *Marketing Your Book*, London, A & C Black.
- BUTCHER, Judith (2006), *Butcher's Copy-Editing*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Catálogo Geral – 50 Anos Editorial Presença 1960-2010* (2010), Queluz de Baixo, Editorial Presença.
- CLARK, Giles (2001), *Inside book Publishing*, London and New York, Routledge.
- DAVIES, Gill (2004), *Book commissioning and acquisition*. Abingdon, Routledge.
- ECO, Umberto (1997), *Como se faz uma Tese em Ciências Humanas*, 10.^a Edição, Lisboa, Editorial Presença.
- ESTRELA, Edite, SOARES, Maria Almira, LEITÃO, Maria José (2006), *Saber Escrever uma Tese e Outros Textos*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- FARIA, Maria Isabel, PERIÇÃO, Maria da Graça (2008), *Dicionário do Livro. Da Escrita ao Livro Electrónico*, Coimbra, Edições Almedina.
- HORN, Barbara (2006), *Editorial Project Management*, London, Horn Editorial Books.
- LISBOA, Eugénio (2001), «Presença», *Biblos. Enciclopédia Verbo das Literaturas Portuguesas*, Lisboa / São Paulo, Editorial Verbo

- MACKENZIE, Janet Barbara (2004), *The editor's companion*. Cambridge, Cambridge University Press.
- MARTINS, Jorge (2005), *Profissões do Livro*, Lisboa, Editorial Verbo.
- MARTINS, Jorge (1999), *Marketing do Livro*, Oeiras, Celta Editora.
- MEDEIROS, Nuno (2010), *Edição e Editores. O mundo do livro em Portugal 1940-1970*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- NP 61 Norma Portuguesa Sinais de Correção Dactilográficas ou Tipográficas (1987), Lisboa, Instituto Português da Qualidade.
- OWEN, Lynette (2006), *Selling Rights*, Abingdon, Routledge.
- OWEN, Peter (1996), *Publishing Now*, Londres, Peter Owen Publishers.
- ROBIN, Christian (2000), *Pratiques de Gestion Éditoriale*, Paris, Éditions du Cercle de la Librairie.
- RODRIGUES, Graça Almeida (1980), *Breve história da censura literária em Portugal*, Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa. [em linha: Biblioteca Digital Camões]
- SCHUWER, Philippe (2002), *Traité Pratique d'Édition*, Paris, Éditions du Cercle de la Librairie.
- UGRESIC, Dubravka (2003), *Thank You for Not Reading*, [sl], Dalkey Archieve Press.
- WOLL, Thomas (1999), *Publishing for Profit*, London, Kogan Page.

12. Anexos

NORMA PORTUGUESA	DOCUMENTAÇÃO Sinais de correcções dactilográficas ou tipográficas	NP-61 1987
Documentation. Signes de corrections dactylographiques ou typographiques		
<p>0 - PREÂMBULO</p> <p>A correcção de provas dactilográficas ou tipográficas, quando feita com sinais convencionais de fácil compreensão, simplifica não só o trabalho do revisor como também o do dactilógrafo ou do gráfico compositor.</p> <p>A Norma que agora se apresenta contém erros no próprio texto e respectivos sinais de correcção, bem como algumas anotações complementares ao próprio texto julgadas necessárias para completo esclarecimento da Norma, e também, em anexo, um mapa das correcções.</p> <p>1 - OBJECTIVO E CAMPO DE APLICAÇÃO</p> <p>A presente Norma especifica os símbolos a utilizar para a correcção de provas dactilográficas ou tipográficas. É aplicável aos textos submetidos a correcção, qualquer que seja a sua natureza ou apresentação.</p> <p>2 - REGRA GERAL</p> <p>2.1 - Repete-se na margem o sinal de correcção</p> <p>O sinal de correcção que se marque no texto deve, geralmente, repetir-se na margem. A modificação anota-se à direita da chamada repetida, a menos que o sinal empregado (como  ou ) indique a modificação a fazer. Se na mesma linha houver vários erros devem indicar-se pela ordem em que se apresentam no texto, dividindo visualmente a prova ao meio e marcando as emendas do lado correspondente.</p>		
DR III Série n.º 174 de 1987-07-31		CT 7

3 - REGRAS ESPECÍFICAS

- 3.1 - Falta de letras
Sempre que falte uma letra, assinala-se a precedente ou a seguinte e, na margem, repete-se a letra assinalada juntando-lhe a que falta. */de /in*
- 3.2 - Falta de palavras
Quando faltar uma ou mais palavras do texto ou um sinal, faz-se uma chamada no espaço onde a falta se verifica e escreve-se na margem o que foi omitido/ Se a omissão for extensa utiliza-se o sinal ρ e na margem faz-se referência ao original e indica-se a página. */muito /*
Exemplo:
A correcção de provas dactilográficas ou tipográficas, ρ não só
/ver original, p.1
- 3.3 - Letras a substituir
As letras a substituir marcam-se indicando na margem as letras correctas. */a /u*
- 3.4 - Substituição de palavras
A substituição de uma palavra assinala-se com \perp escrevendo-a completamente na ~~beira~~ */margem*.
- 3.5 - Emenda feita posteriormente
No caso de uma emenda se fazer posteriormente, o sinal que a marcará deverá ser diferenciado dos restantes por traço(s) horizontal(is) ou cor diferente. */e Ti /e/e Ti*
- 3.6 - Palavras, letras e sinais de pontuação a suprimir. Emendas iguais
As palavras ~~palavras~~ ou as letras supérfluas assinalam-se nas margem com o sinal δ (da palavra latina deleatur=destruir, apagar). *1-1 5*
Emendas iguais e seguidas

///a

assin~~al~~m-se na margem uma única vez precedidas de tantas chamadas quantas as emendas pretendidas.

3.7 - Letras ou palavras trocadas

Para assinalar letras ou palavras mal (usa-se colocadas) o sinal , de transposição, que indica o lugar que devem ocupar na palavra ou na frase.

~
~

Quando os elementos mal colocados não forem contíguos, devem numerar-se todos pela ordem desejada.

Exemplo:
¹N²o ³século ⁴XV ⁷houve ⁵três em
 Portugal ⁶classes ⁸de ⁹tipogra- ¹⁰fia.

3.8 - Divisão silábica errada

/δ

Quando a divisão silábica for feita indevidamente, ~~cor-~~
~~rije~~-se suprimindo a letra ou letras que estão a mais numa linha e acrescentam-se na outra.

/ni

3.9 - Espaço omitido ou muito estreito entre palavras

Quando entre ~~p~~ palavras não for deixado espaço, deverá isto ser indicado na margem com o sinal # (que significa "afastar"). Se existe espaço, mas o desejarmos alargar um ou mais pontos, por exemplo dois pontos, deverá dar-se na margem a indicação # 2 p.

/#

3.10 - Supressão completa de um espaço ou diminuição de espaço

Se uma pala/vra está dividida em duas por um espaço que não devia existir, indicar-se-á na margem com o sinal ~~v~~ (que significa "diminuir" espaço). Se o espaço está apenas largo

/v

demais e o queremos diminuir dois pontos, por exemplo, deverá empregar-se na margem a anotação $\nabla 2 p \text{H}$

3.11 - Irregularidade do espaçamento entre palavras

Quando | entre | palavras há irregularidade de espaços, devem | entre elas | ser marcados traços verticais, repetindo-os na margem.

3.12 - Irregularidade do espaçamento entre letras

Por vezes, quer na composição manual quer na mecânica, o espaço entre letras de uma palavra é muito grande ou muito pequeno. Se for muito grande e o desejarmos diminuir, empregar-se-á por baixo da palavra o sinal , repetindo-o na margem.

Se, pelo contrário, o espaço entre letras é muito pequeno, sublinha-se a palavra colocando na margem o sinal .

3.13 - Aumento do espaço interlinear

Quando se deseje alargar o espaço entre as linhas, traça-se entre elas uma linha que se bifurca nas margens

3.14 - Redução do espaço interlinear

Quando se deseje reduzir o espaço entre as linhas, traça-se  entre elas uma linha que termina em seta nas margens.

3.15 - Abertura de parágrafo

A abertura de um novo parágrafo indica-se com o sinal , tanto no texto, como na margem.

Exemplo:

A normalização dos tipos e formatos de papel é adop-

tada por muitos países.  Com a normalização tem-se obtido grande economia. 

3.16 - Eliminação de parágrafo

Para suprimir um parágrafo une-se o final de uma frase com o começo da outra, assinalando-se à margem com .

Exemplo:

Não deverá esquecer-se que o custo da construção não depende apenas da mão-de-obra e dos materiais.)

 Depende do projecto, da técnica construtiva e da organização do trabalho. 

3.17 - Alinhamentos verticais

Indicam-se estas incorrecções gráficas por meio dos sinais  e .

Exemplo:

 Quando, em qualquer modalidade da vida, o nível de cultura atinge um grau elevado, a norma surge seja  com esse nome, seja com outro que o equivalha. 

3.18 - Alinhamentos horizontais

Os elementos mal alinhados marcam-se em cima e em baixo com traços paralelos e sinalizam-se na margem. 

3.19 - Índices ou expoentes desalinhados

Quando apareçam índices ou expoentes mal situados, deve indicar-se a sua posição exacta com os sinais  ou  conforme o caso.

Exemplo:

Se num texto aparece escrito a₂ e o₂ é índice, deve-

rá indicar-se a sua posição exacta da seguinte forma:

a_2 que corrigido dará a_2 .

Se o algarismo 2 é expoente, deverá indicar-se: a_2 que corrigido dará a^2 .

3.20 - Emenda anulada

H: ~~Ascurat~~ (vive)

Uma correcção errada desfaz-se riscando-a e acrescentando a palavra "vive" circulada. Não é conveniente, de modo algum, apagar ou ~~riscar~~ de modo a tornar ilegível a correcção que se põs na margem.

3.21 - Tipo de letra diferente para palavras ou linhas

Quando se deseje outro tipo de letra para palavras ou linhas, deve sublinhar-se o que é necessário mudar, anotando na margem o tipo de letra desejado ou o corpo preferido, ou ambas as coisas, valendo-se para isso de números se for preciso.

Exemplo:

Dá-se o nome de normando ao tipo negro nas oficinas gráficas e na dactilografia

H picà 10, courier

H negro
H itálico

/ v
/ v

Se se trata de substituir uma letra ou letras pelas suas respectivas ~~VERS~~SAIS (maiúsculas) ou ~~VERS~~SALETES (pequenas maiúsculas), assinalam-se repetindo-as na margem sublinhadas com três ou dois traços, respectivamente. Se se pretender que todas as letras de uma palavra sejam substituídas por ~~versais~~ ou por ~~versalotes~~, marca-se toda a palavra e na margem ao lado da chamada limitamos a pôr três ou dois traços paralelos, conforme o caso.

H ≡

H =

3.22 - Duas letras num único carácter

Para indicar o emprego de caracteres únicos com duas letras usados em vários países, e em Portugal em certas expressões latinas, marcam-se as duas letras

que erradamente foram compostas com caracteres separados e assinalam-se à margem com ∪ .

Exemplos:

"œillet" e "et cœtera".

// œ

// œ

3.23 - Linhas trocadas

Quando duas linhas de com- — 1
numerar-se na margem, pela or- — 3
posição estão trocadas, devem — 2
dem conveniente. — 4

3.24 - Original ilegível

Para o gráfico chamar a atenção sobre uma parte ~~(aaaaaaa)~~ coloca em seu lugar várias letras iguais e que correspondam aproximadamente ao número de caracteres e à extensão da parte ilegível. Se se trata de algarismos, devem usar-se sinais que chamem bem a atenção como, por exemplo, ⊙ ou ▲ .

H ilegível

3.25 - Letras defeituosas ou sujas

As letras ou palavras pouco legíveis marcam-se ~~/x/~~ um traço e na margem inscrevem-se num círculo. As letras que erradamente se puseram com tipo diferente marcam-se e na margem acrescenta-se à chamada o tipo pretendido.

1 ⊙ / ⊙ / ⊙

/prestige

As letras sujas marcam-se com um ponto por baixo de cada uma, assinalando na margem com o sinal ∪ .

o o o o o

3.26 - Letras voltadas ou deitadas

As letras voltadas ou deitadas marcam-se assinalando na margem com o sinal Z̄ .

/Z̄

3.27 - Espaço levantado ou entrelinha alta

O material branco que está levantado ~~fa~~ ponto de prejudicar a qualidade da impressão assinala-se no texto e na margem com X .

/x

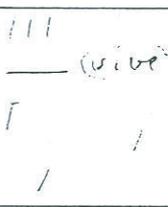
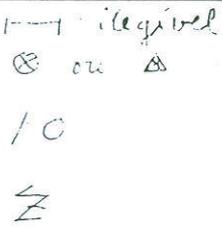
x

ANEXO

MAPA DAS CORRECÇÕES

	Justificação	Sinais
Acrescentar	uma letra (3.1) uma palavra (3.2) várias palavras (3.2)	/ / ? ver original, p. -
Substituir	uma letra (3.3) uma palavra (3.4) um tipo ou corpo de letra (3.21) uma letra por outra de outro tipo (3.25) versais por versaletes (3.21) versaletes por versais (3.21)	/ H H tipo pretendido I tipo pretendido /= /≡
Suprimir	uma letra (3.6) uma palavra (3.6) um sinal de pontuação (3.6)	/δ H δ /δ
Trocar	letras (3.7) palavras consecutivas (3.7) várias palavras (3.7) linhas (3.23)	~  3 1 2 4 - 2 - 1 - 4 - 3
Aumentar espaço	entre palavras (3.9) entre linhas (3.13)	/# 
Diminuir espaço	entre palavras (3.10) entre linhas (3.14) entre as letras para formar um carácter (3.22)	/+ ←→ U
Igualar espaços	entre palavras (3.11) grandes entre letras (3.12) pequenos entre letras (3.12)	  

MAPA DAS CORRECÇÕES (CONT.)

Justificação		Sinais
Parágrafo	abrir (3.15) suprimir (3.16)	
Alinhamento vertical	à esquerda (3.17) à direita (3.17)	
Alinhamento horizontal	de elementos na palavra (3.18) de expoentes (3.19) de índices (3.19)	
Emenda	repetida (3.6) anulada (3.20) posterior (3.5) de divisão silábica (3.8)	
Ilegibilidade	de palavras no original (3.24) de números no original (3.24) de letras defeituosas no texto (3.25) de letras voltadas ou deitadas (3.26)	
Alinhamento	de espaço levantado (3.27) de entrelinha levantada (3.27)	