

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E GESTÃO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

O papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal

Lívia Bueno

M

2023



Lívia Bueno

O papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Comunicação e Gestão das Indústrias Criativas, orientada pelo Professor Doutor Paulo Faustino e pela Professora Maria Manuela Pinto.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

Anexos

Anexo 1 – Dados do ano de 2022, via APEL

Período: 1.º Trimestre 2022

Mercado		Varição YTD
Valor	34 907 072 €	+ 43,6 %
Unidades	2 589 810	+ 35,2 %
Preço médio	13,48 €	+ 6,1 %
Livros novos no trimestre	2 633	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	42,3%	35,0%	16,29 €
Ficção	32,1%	28,4%	15,24 €
Infantil/Juvenil	24,8%	33,5%	9,98 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	3,1%	3,38 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,2%	68,0%
Hipermercados	21,8%	32,0%

Mercado		Varição YTD
Valor	37 421 613 €	+19,0%
Unidades	2 780 308	+17,6%
Preço médio	13,46 €	+1,2%
Livros novos no trimestre	2 478	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	36,4%	29,7%	16,51 €
Ficção	35,0%	30,7%	15,36 €
Infantil/Juvenil	27,6%	36,0%	10,33 €
Campanhas/Exclusivos	0,9%	3,6%	3,44 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	77,8%	68,8%
Hipermercados	22,2%	31,2%

Período: 3.º Trimestre 2022 (jun-set)

Mercado	Trimestre	Variação
Valor	43 725 878 €	12,4%
Unidades	3 251 939	8,1%
Preço médio	13,45 €	4,0%
Livros novos no trimestre	2 159	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	38,3%	33,4%	15,39 €
Ficção	37,1%	33,5%	14,86 €
Infantil/Juvenil	23,8%	29,9%	10,71 €
Campanhas/Exclusivos	0,9%	3,2%	3,77 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,0%	68,4%
Hipermercados	22,0%	31,6%

Período: 4.º Trimestre 2022 (out-dez)

Mercado	Trimestre	Variação
Valor	58 943 385 €	+5,6%
Unidades	4 102 727	+3,2%
Preço médio	14,37 €	+2,3%
Livros novos no trimestre	2 565	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	35,6%	29,3%	17,44 €
Ficção	36,2%	32,0%	16,29 €
Infantil/Juvenil	27,4%	35,8%	11,00 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	2,9%	3,95 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	79,8%	71,0%
Hipermercados	20,2%	29,0%

Período: YTD (jan-dez 2022)

Mercado	YTD	Varição
Valor	175 017 322 €	+16,2%
Unidades	12 725 898	+12,8%
Preço médio	13,75 €	+3,0%
Livros novos YTD	12 894	

Peso e preço médio por Categoria	Valor %	Unidades %	Preço Médio
Não Ficção	37,4%	31,6%	16,29 €
Ficção	35,7%	31,3%	15,65 €
Infantil/Juvenil	26,1%	33,9%	10,58 €
Campanhas/Exclusivos	0,8%	3,2%	3,67 €

Peso Canais	Valor%	Unidades%
Livrarias / Outros	78,6%	69,3%
Hipermercados	21,4%	30,7%

<https://www.apel.pt/documentacao/dados-do-mercado-gfk/> (APEL, 2022)

A APEL estabeleceu uma parceria com a [GfK](#), entidade responsável por auditar as vendas de livros em Portugal, para proceder à partilha de alguns dados macro acerca do mercado do livro nacional, com uma periodicidade trimestral. Desta forma, disponibilizamos abaixo a evolução ao longo do último ano, bem como os dados YTD (year to date), de janeiro a dezembro de 2022.

Apêndices

Apêndice 1 - Entrevista com Pedro Sousa, curador do Programa Folio

Autores

Entrevista com Pedro Sousa, curador do Programa Folio Autores

Nota do entrevistado: “Eu posso responder, mas exclusivamente em meu nome. Não falo em nome do FOLIO ou da CMO. Só posso responder como Curador do programa FolioAutores.”

Qual o diferencial da Folio frente a outros eventos literários portugueses?

Internacionalização.

Qual a frequência infantil no evento?

Baixa. 10-15%.

Quanto às visitas, são mais crianças em visita escolar ou particular, com pais e encarregados de educação?

Escolares. Temos o FOLIO Educa.

Há espaços e atividades destinados às crianças?

Sim. O FOLIO tem uma curadoria dedicada à comunidade escolar. Professores e alunos da região são mobilizados ao longo do ano.

Pretendem aumentar?

Sempre.

O que gostariam de fazer no evento, mas ainda não tiveram a oportunidade?

Fazer menos e melhor. Está tudo por fazer.

Que vantagens observa na visita das crianças ao evento?

Encantamento?

Elas costumam comprar (através dos pais) mais livros? Ou apenas aproveitam as atividades?

Compram as que têm poder económico.

Como funciona a comunicação para chamar os mais novos? Estratégias utilizadas.

Temos uma curadoria dedicada à Educação, ativa todo o ano, a trabalhar com as escolas da região. E claro através dos canais tradicionais.

Percebeu algum crescimento da presença infantojuvenil no evento? E nas vendas dos livros deste segmento?

O Festival cresce 20-30% todos os anos.

Qual a sua opinião sobre o papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal?

Tudo conta, mas é baixo.

Acredita que os eventos já existentes, são suficientes para suprir as necessidades de incentivo à leitura?

Não sei como suprir as necessidades de incentivo à leitura. Na verdade, não me parece que exista uma política eficaz de incentivo à leitura, ao livro nem à língua portuguesa.

Sabemos que os eventos em âmbito escolar são importantes, mas considera que os eventos fora deste contexto, são mais importantes, já que “tiram o peso” de ler por obrigação ou a relevância é igual/equilibrada?

A escola é crucial. É o único garante do elevador social.

Quais são as principais transformações que observa no setor do livro nos últimos dez anos, por exemplo?

Em Portugal, a concentração do sector editorial e o desaparecimento das livrarias.

Como enquadra o género literário infantojuvenil no âmbito das tendências e hábitos de leitura?

Não tenho opinião. Não conheço estudos (existem?). Já assisti a grandes leitores infantojuvenis que não mantiveram o hábito e vice-versa. Contudo, e por princípio não tenho nada contra hábitos de leitura.

Apêndice 2 - Entrevista com João Morales – Jornalista e moderador nos eventos

Poderia, por favor, dizer-nos em quais festivais está ou já esteve envolvido na produção?

De 1993 a 2012, exerci jornalismo em diversas redações (diários, semanários, revistas...). Ou seja, desenvolvi algumas atividades paralelas, mas, coisas pontuais. Desde 2012, essa vertente tornou-se preponderante.

Desde esse ano(2023) programo e modero as sessões do festival Livros as Oeste (anual, organizado pela Câmara Municipal da Lourinhã), em 2013 fiz a programação do Torres de Leitura (em Torres vedras), há quase uma década (vai na oitava edição) que faço o ciclo Viver (Com) a Escrita, em Santiago do Cacém, organizei o ciclo de conversas Recordar os Esquecidos (na livraria Almedina do Saldanha, durante dois anos meio, todos os meses), fiz várias apresentações e moderações no Festival Internacional da Amadora (de BD), moderei sessões em diversos festivais feiras do livro (Lisboa, Ovar, Ponte de Lima...), em 2022 programei e moderei mais duas estreias – o festival Textemunhos, com o Museu de Lamego, e o ciclo de conversas As Palavras que nos Unem, que passou pelos dez concelhos do Alto Minho.

Qual o espaço destinado à literatura infantojuvenil nestes eventos? Há algum que seja mais direcionado para este segmento?

Grande parte dos festivais em que me tenho envolvido têm dedicado atenção à literatura para crianças e jovens, habitualmente da parte da manhã, o período mais adequado para articular atividades com escolas.

Há uma iniciativa em concreto, Viver (Com) a Escrita, que é, toda ela, orientada para a população escolar, abrangendo os diferentes ciclos de ensino.

Que tipo de atividades são voltadas para este público?

Leituras, apresentação de livros, dramatização de textos, leituras musicadas, projeção de filmes baseados em livros, exposições concebidas a partir de livros ou de ilustrações dos próprios livros, workshops de ilustração ou escrita.

No caso do já referido “Viver (Com) a Escrita”, é programada uma sessão para cada Ciclo de Ensino, com diferentes autores.

Qual a frequência infantil nos eventos?

Imprevisível, a não ser quando se trata de atividades coordenadas diretamente com as escolas.

Como é feita a comunicação do evento, para que chegue até às crianças?

Através das bibliotecas, Bibliotecas Escolares (que hoje desempenham um papel fundamental, no interior dos estabelecimentos escolares) e informação aos professores. Quando se trata de uma iniciativa para a população geral, e não articulada diretamente com escolas (como é o caso das sessões programadas para as manhãs de Sábado ou

Domingo), além de todos estes meios, as redes sociais e mailing lists das bibliotecas, revelam-se essenciais, bem como as agendas municipais.

Qual a sua opinião sobre o papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal?

São essenciais. No âmbito de um festival, torna-se muito mais fácil levar escritores a diferentes zonas do país, possibilitando aos leitores dessas idades assistirem a conversas com eles, apresentações dos livros e do trabalho pelos próprios autores e outras formas de contacto com os próprios autores.

Acredita que os eventos já existentes, são suficientes para suprir as necessidades de incentivo à leitura?

Nunca são suficientes. Mas nunca são a única forma de contribuir para esse incentivo, atenção. Isso passa por uma conjugação de diversos fatores, que envolve a escola, a família, os media (jornais, revistas, televisões, rádios) e outras formas de divulgação que se possam “inventar” (os recentes youtubers e tiktokers que se dedicam a falar sobre livros, têm tido bastante sucesso).

Sabemos que os eventos em âmbito escolar são importantes, mas considera que os eventos fora deste contexto, são mais importantes, já que “tiram o peso” de ler por obrigação ou a relevância é igual/equilibrada?

Uma das grandes vantagens nos eventos que decorrem fora da escola é, justamente, esse facto de deslocar os alunos para outros ambientes, e até, alimentar a sua curiosidade sobre os próprios locais. Além disso, quando os autores são recebidos numa escola, os alunos têm sempre a sensação de “estar em casa”, enquanto numa biblioteca ou outro equipamento, prevalece a noção de “visita de estudo” ou algo semelhante. Quando um evento decorre no âmbito de um festival, percebendo eles que a sessão a que assistem se insere numa programação mais vasta, creio que isso pode aumentar o seu interesse, pelo facto de se verem inseridos numa atividade “para adultos”.

Quanto à presença nos eventos, são mais crianças em visita escolar ou particular, com pais e encarregados de educação?

Quando as atividades decorrem durante a semana, são acompanhadas por professores, quando as coisas se passam na manhã de Sábado ou Domingo, são consideradas atividades para famílias.

A maioria dos eventos ocorre em articulação com as escolas, portanto, em horário escolar, ou seja, sem a presença de pais / ou encarregados de educação.

O que gostariam de fazer no evento, mas ainda não tiveram a oportunidade?

Há sempre coisas novas a inventar, seja para que público for...

Que vantagens observa na visita das crianças ao evento?

A criação e consolidação de hábitos de leitura tem de incluir, forçosamente, contacto com os livros. Depois, naturalmente, a presença dos autores ajuda a alimentar a

curiosidade das crianças e jovens, além de desmistificar o papel dos autores e ajudar a “humanizar” a sua presença no imaginário dos leitores mais jovens.

Percebeu algum crescimento da presença infantojuvenil no evento? E nas vendas dos livros deste segmento?

Na maioria dos eventos que se realizam com escolas, há uma integração de livros dos autores, seja através das editoras ou de outros parceiros (livrarias, instituições, etc). Não há uma obrigatoriedade, mas, naturalmente, há um maior estímulo na compra de um livro com a presença do autor numa escola.

Quais são as principais transformações que observa no setor do livro nos últimos 10 anos, por exemplo?

As concentrações editoriais (aglutinação de editoras) face ao surgimento de várias pequenas editoras; várias editoras do chamado segmento Vanity Press (ou seja, selos que publicam, mediante pagamento dos autores), utilização da impressão digital para pequenas edições de autor, rejuvenescimento de várias livrarias independentes.

Como enquadra o género literário infantojuvenil no âmbito das tendências e hábitos de leitura?

A presença de livros, durante a infância, é fundamental para a consolidação dos hábitos de leitura. Com o início da adolescência, são muitos os leitores que “se perdem”, embora vários deles sejam depois “recuperados com a entrada numa idade mais adulta, embora já com outros gostos, naturalmente.

Se, na adolescência, começamos a procurar livros de acordo com as nossas afinidades, na infância, as escolhas são, habitualmente, da responsabilidade de pais e outros familiares. É importante que os adultos estejam atentos ao crescimento das crianças, também nesse aspeto, para irem adequando as suas sugestões e propostas ao seu desenvolvimento e de forma a incentivar novas descobertas, nos livros e na vida.

No âmbito do Marketing, comunicação e comercialização de livros, quais as iniciativas que considera mais relevantes captar leitores e vendas?

Sinto falta de maior presença dos livros nas páginas da imprensa. Fui diretor de uma revista de livros, mensal, que encerrou há 11 anos; desde então, não há nenhuma. O mais próximo que houve, entretanto é a LER, que se transformou numa revista de ideias, dedicada a grandes temas de fundo e reflexão. À semelhança de tantos outros temas, há uma grande aposta nas redes sociais (surgem rubricas dedicadas ao livro no Tik Tok ou no Youtube). A Rádio tem bons divulgadores e bons programas, na televisão, faltam algumas figuras carismáticas, apesar do empenho de todos os que trabalham nessa.

Apêndice 3 – Entrevista com Sara Brandão e Equipa - Truz Truz Editora

A vossa editora está presente nos principais eventos literários do país? Qual a importância destas participações? Há algum critério?

A nossa Editora é pequena e independente, por isso ainda não dimensão para frequentar certos eventos a título individual. No entanto, integramos a Feira do Livro do Porto com a livraria Flâneur e vamos apresentar o nosso livro mais recente pela primeira vez este ano na Feira do Livro de Viana do Castelo.

Qual o espaço destinado à literatura infantojuvenil nestes eventos? Há algum que seja mais direcionado para este segmento?

Não existe nenhum evento mais especificamente direcionado à literatura infantojuvenil (sem ser a BD) no país, mas todos os eventos de literatura costumam integrá-la.

Que tipo de atividades são voltadas para este público?

Leituras interativas e workshops de ilustração, por exemplo.

Qual a frequência infantil nos eventos?

Não aplicável à nossa experiência até agora.

Como é feita a comunicação do evento, para que chegue até às crianças?

Não aplicável à nossa experiência até agora. Embora que, agora que vamos começar a desenvolver oficinas, a comunicação é feita em escolas e livrarias com grupos de crianças já participantes destas atividades.

Qual a sua opinião sobre o papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal?

Na nossa opinião os eventos são essenciais para aproximar as pessoas das editoras e dos livros e quanto mais se fizerem e mais dinâmicos forem, no que diz respeito às crianças e aos jovens, acreditamos que contribuem para que estes desenvolvam um gosto especial pela literatura e a sua relação com o livro enquanto objeto literário e não só.

Acredita que os eventos já existentes, são suficientes para suprir as necessidades de incentivo à leitura aos mais jovens?

Não.

Sabemos que os eventos em âmbito escolar são importantes, mas considera que os eventos fora deste contexto, são mais importantes, já que "tiram o peso" de ler por obrigação ou a relevância é igual/equilibrada?

Não. Acreditamos que todos os eventos (dentro ou fora da escola) podem ter o mesmo impacto dependendo da forma como são organizados.

Nos eventos em que participam, são mais crianças em visita escolar ou particular, com pais e encarregados de educação?

Não aplicável à nossa experiência até agora.

O que gostariam de fazer nos eventos, mas ainda não tiveram a oportunidade?

Mais oficinas de escrita criativa e ilustração integradas em bibliotecas e/ou escolas, por exemplo.

Que vantagens observa na visita das crianças ao evento?

Que são elas a criar uma relação com a literatura e a ilustração, não só através dos seus pais mas também começando a explorar os seus gostos.

Percebeu algum crescimento da presença infantojuvenil no evento? E nas vendas dos livros deste segmento?

Não aplicável à nossa experiência até agora.

Quais são as principais transformações que observa no setor do livro nos últimos dez anos, por exemplo?

Não aplicável à nossa experiência até agora.

Como enquadra o género literário infantojuvenil no âmbito das tendências e hábitos de leitura?

Que é muitas vezes desconsiderado e tido como um género literário menor e, por isso, tem menos procura.

No âmbito do Marketing, comunicação e comercialização de livros, quais as iniciativas que considera mais relevantes captar leitores e vendas?

Organizar apresentações e promover as livrarias onde as pessoas podem encontrar os nossos livros, mesmo que os tenhamos também à venda online e que façamos uma boa promoção digital, acreditamos que o contacto com o objeto é sempre propício.

Acredita que os eventos têm um peso maior para as editoras de pequeno e médio porte do que para os grandes grupos? Como vê e analisa este ponto?

Acreditamos que em Portugal, até agora, os eventos literários tendem a privilegiar com mais facilidades os grandes grupos e a negligenciar as pequenas editoras do país.

Apêndice 4 - Entrevista com Paulo Lavadinha - Booksfactory - Editores & Consultores Editoriais

Entrevista com Paulo Lavadinha - Booksfactory - Editores & Consultores Editoriais

A vossa editora está presente nos principais eventos literários do país? Qual a importância destas participações? Há algum critério?

Dada a nossa pequena dimensão, procuramos estar nos eventos onde a relação custo/benefício seja a mais eficaz. Estamos na Feira do Livro de Lisboa e vamos participar, em Espanha, na Feira do livro de Badajoz. Este ano, é provável que participemos, também, na Festa dos Livros no Palácio de Belém.

Qual o espaço destinado à literatura infantojuvenil nestes eventos? Há algum que seja mais direcionado para este segmento?

Habitualmente, todos os eventos têm espaços destinados à literatura infantojuvenil, incluindo animações, presenças de escritores, interação com os mais novos, jogos relacionados com a literatura, leituras, etc.

Que tipo de atividades são voltadas para este público?

Resposta no ponto anterior.

Qual a frequência infantil nos eventos?

Elevada, dada, sobretudo, as visitas das escolas. Há também pais que levam os filhos aos eventos.

Como é feita a comunicação do evento, para que chegue até às crianças?

Habitualmente são os organizadores que comunicam. Pela nossa experiência a abordagem junto das escolas é a mais relevante. Além destas ações, são realizadas outras junto da imprensa, rádio e televisão, além dos media digitais, de modo a despertar também os pais para levarem os filhos aos locais.

Qual a sua opinião sobre o papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal?

É crucial. Contudo, não dispensa a ação das escolas no seu próprio seio. Fundamental levar os escritores aos estabelecimentos de ensino de modo que estes interajam com as crianças. A realização de minifeiras do livro nas escolas e ateliers de leitura e escrita são outros dos meios a utilizar. E o papel das Bibliotecas, sejam escolares ou outras, é ainda fator adicional para a promoção da literatura infantojuvenil.

Acredita que os eventos já existentes, são suficientes para suprir as necessidades de incentivo à leitura aos mais jovens?

É um pouco subjetivo. Creio, no entanto, que desde que não haja sobreposições, os eventos com o intuito que enuncia nunca são demais. Os leitores adultos só o são, ou serão, se tiverem sido leitores em miúdos. Daí a importância do contato, sem obrigações, com os livros. O modo lúdico como os autores e os textos, além das ilustrações, lhes são explicados contribuem para o seu maior envolvimento e interesse. Um acompanhamento na escola, mas sobretudo em casa, é fundamental para que as crianças, e mais tarde adolescentes, cultivem o gosto pela leitura e até, porque não, pela escrita. Sem literatura infantojuvenil não há leitores adultos.

Sabemos que os eventos em âmbito escolar são importantes, mas considera que os eventos fora deste contexto, são mais importantes, já que "tiram o peso" de ler por obrigação ou a relevância é igual/equilibrada?

Por norma, acredito que aquilo que é apresentado como exemplo e não como obrigação tem maior chance de ser assimilado. Logo, os eventos extraescolares são da maior importância para os objetivos propostos. Ou seja, levar os mais novos a apreciarem os textos, as histórias, enfim a literatura.

Nos eventos em que participam, são mais crianças em visita escolar ou particular, com pais e encarregados de educação?

Uma escola, como sabemos, leva sempre várias dezenas de crianças. Assim, existindo forte programação neste âmbito, são sempre as visitas escolares que conseguem maior número de visitantes. Contudo, se os eventos se realizarem durante as férias escolares, o maior número de crianças vai com os pais e/ou encarregados de educação.

O que gostariam de fazer nos eventos, mas ainda não tiveram a oportunidade?

Colocar os mais novos a escreverem as suas histórias e a desenharem para posterior dição. Claro que para tal acontecer será em idades iguais ou acima dos 6-8 anos.

Que vantagens observa na visita das crianças ao evento?

A profusão de livros disponíveis e a possibilidade de as crianças os abrirem, folhearem e lerem. A curiosidade natural é também um forte aliado que contribui para o sucesso das visitas aos eventos.

Percebeu algum crescimento da presença infantojuvenil no evento? E nas vendas dos livros deste segmento?

Sim. Há cada vez maior sensibilidade dos professores e educadores para a importância do contato dos mais novos com os livros do seu segmento. As vendas tornaram-se interessantes. Aliás, as estatísticas oficiais demonstram claramente essa subida sendo a literatura infantojuvenil a que mais vende, segundo os últimos dados disponíveis.

Quais são as principais transformações que observa no setor do livro nos últimos dez anos, por exemplo?

Nota-se uma profusão sem precedentes de autores estrangeiros. Claro que são importantes, mas há uma atitude de muitas editoras, sobretudo por razões económicas, de se limitarem a traduzir e a imprimir livros, demasiadas vezes na China, para inundarem o mercado, quantas vezes, de livros de menor qualidade. Há imensos autores de língua portuguesa e excelentes ilustradores que podem dar um contributo ainda

maior à qualidade da literatura infantojuvenil. Nos e-books a interatividade pode ser uma vantagem no processo de desenvolvimento cognitivo.

Como enquadra o género literário infantojuvenil no âmbito das tendências e hábitos de leitura?

Cada vez mais incontornável apesar da concorrência de jogos em ecrãs digitais. Os livros têm de estar disponíveis no ambiente em que as crianças estão inseridas. Ocorrendo esta situação, e devidamente enquadrados, os mais novos tenderão a alimentar os seus hábitos de leitura. No entanto, essa envolvente não pode ser descurada ao longo das suas fases de crescimento sob pena de se perderem esses hábitos que foram adquiridos em dados momentos. Devemos ainda ter noção das mudanças educacionais e tecnológicas. Daí, olharmos para os e-readers como um parceiro e não como obstáculo. Se as crianças privilegiam a leitura digital esta não lhes deve ser vedada.

No âmbito do Marketing, comunicação e comercialização de livros, quais as iniciativas que considera mais relevantes captar leitores e vendas?

Levar os escritores às escolas é crucial. Criar brindes/ofertas relacionadas com o livro e/ou os autores. Criar espaços próprios nas livrarias ou noutros pontos de venda de livros. Nesses locais, ter vários exemplares disponíveis para eles folhearem e lerem. Criar jogos e ateliers para os pais os levarem aos locais. E, claro, todas as ações que se justifiquem junto dos media, com destaque para aqueles que estão mais vocacionados para o público infantil.

Acredita que os eventos têm um peso maior para as editoras de pequeno e médio porte do que para os grandes grupos? Como vê e analisa este ponto?

Sim. Os eventos constituem momentos de um alcance qualitativo superior ao do ponto tradicional de venda. isto porque são maiores os afluxos e também devemos olhar para o facto de no evento, sendo de curta duração, entrar aqui o "efeito de escassez". Ou seja, há que ir lá sob pena de perder as diferentes iniciativas e a possibilidade de contactar com maior diversidade de obras. Não perder a oportunidade.

Costumam organizar os vossos próprios eventos? Como funciona?

Por norma, nas Feiras do Livro, não. Exceção para os eventos nas escolas nos quais podemos colaborar na organização.

Em termos de porte e dimensão, como classifica a vossa editora?

Pequeno.

Apêndice 5 - Entrevista com Isabel Minhós Martins - Planeta Tangerina

Via chamada telefónica

1-A vossa editora está presente nos principais eventos literários do país? Qual a importância destas participações? Há algum critério?

Nós participamos das feiras do livro de Lisboa e do Porto, não estamos diretamente representados, ou seja, não é mesmo a equipa do Planeta Tangerina que está nas feiras do livro, mas é sempre através de intermediários. Em relação a outras feiras, se nos desafiam a fazer alguma coisa em concreto, sim, como somos uma equipa pequena e temos aqui sempre muito trabalho, temos de ser um bocadinho comedidos nestas participações porque não podemos estar sempre a sair. Mas tentamos responder a esses convites assim, na medida das nossas possibilidades quando nos convidam? sobretudo talvez mais encontros relacionados com literatura infantil em bibliotecas e coisas desse tipo, também país em Portugal pronto há o festival literário de Óbidos e não há assim tantos festivais. Lisboa e Porto sim e depois as outras feiras também estamos presentes, mas sempre através de livrarias ou outras ou outros representantes. Pronto, nós tentamos quando nos convidam, vemos dentro das nossas possibilidades de agenda quando são participações dos autores. Também é importante que essas participações sejam remuneradas, que nem sempre acontece, mas depende um bocadinho.

2-Qual o espaço destinado à literatura infantojuvenil nestes eventos? Há algum que seja mais direcionado para este segmento?

Pois em Portugal não há assim uma feira ou um festival, mesmo exclusivamente dedicado a literatura infantojuvenil, como existe noutros países. Às vezes há eventos mais locais e mais ligados também à formação dos professores, mas assim, um grande festival não há, o que é uma pena até, por acaso. Nós conhecemos outros exemplos noutros sítios e seria bom nós termos também uma coisa desse género cá em Portugal. Um festival para as famílias com a presença das editoras com uma programação mais direcionada para este público com a presença dos autores, com ateliês e seria interessante. Mas pronto, há algumas coisas mais locais. Aqui, por exemplo, no concelho

de Oeiras, há algumas coisas que acontecem. É, mas isso, uma coisa da grande escala, não tanto.

3-Que tipo de atividades são voltadas para este público?

Nós as atividades que fazemos podem ser, por exemplo, mais é direcionadas para a ilustração. Como os nossos livros dão uma grande importância a ilustração, podemos propor, por exemplo, fazer ilustrações à volta de um livro em que o ilustrador do livro desenvolve uma atividade com as crianças, usando a técnica que usou no livro, por exemplo, ou criando um livro novo a partir do mesmo tema.

Também podemos fazer sessões só de conversa com os leitores, em que apresentamos uma novidade ou até pode ser uma apresentação de todo o catálogo do Planeta Tangerina. Com os miúdos mais pequeninos, há muito aquela conversa de pergunta e respostas em que eles conversam connosco. Nós também vamos a muitas escolas e às vezes o trabalho que eles desenvolvem a volta dos livros é um bocadinho um pretexto para nós irmos à escola e depois fazer saí uma conversa. Mas o foco tem mais a ver talvez com essa parte da ilustração nessas atividades.

4-Qual a frequência infantil nos eventos?

Nós não sabemos muito bem, pois depende muito. Às vezes há atividades que são com inscrição, por exemplo. Há outras que são de entrada livre. Nós, por exemplo, uma coisa que damos muita importância e fazemos duas vezes por ano, é uma festa do Planeta Tangerina, em que há um encontro com os leitores. Às vezes estamos a lançar um livro ou até pode não ser por essa razão, mas são dois momentos do ano, normalmente em dezembro e assim, no início do verão, em que nos encontramos com os leitores, e aí temos muito a participação dos leitores, de uma maneira geral, de todas as idades que vêm com os filhos ou avós com os netos ou adultos só. Tentamos que as atividades sejam assim, bastante transversais, que não sejam exclusivamente só para crianças.

5-Como é feita a comunicação do evento, para que chegue até às crianças?

Nós temos os nossos canais nas redes sociais, portanto, temos o site, temos o insta, temos o facebook e também temos uma newsletter que enviamos. Depois, por exemplo, se o evento é feito em colaboração com uma livraria, também é feita uma parceria na divulgação, por exemplo. A livraria também divulga. Também tentamos ao longo da Feira. do livro ir divulgando as atividades que temos organizadas, mas não, não fazemos assim, nada de muito extraordinário.

6-Qual a sua opinião sobre o papel dos eventos na promoção do livro do segmento infantojuvenil em Portugal?

Sim esses eventos eu acho que são importantes porque podem marcar um bocadinho o calendário e as pessoas têm muito o hábito comprar livros, por exemplo, no Natal e se calhar se houver ao longo do ano outros dias que marquem um bocadinho a agenda, como já acontece com as feiras do livro de Lisboa e do Porto, que acrescenta ao Natal, um outro período em que as pessoas estão mais direcionadas para irem conhecer as novidades e comprar os livros que estão a sair, mas acho que é importante, por exemplo, eles em Espanha, eles têm um dia que é o dia de Sant Jordi, que é um dia em que Toda A Gente compra livros e é importante, pronto.

Não há muita essa tradição, sei lá, no Dia Mundial do Livro Infantil. Podia haver assim uma coisa em grande escala e haver oferta de livros às crianças, por exemplo, os municípios comprarem. Bem, não há muita tradição, mas acho que os eventos servem para isso, para lembrar e para o livro não ser só uma coisa que se compra no Natal. Para marcar mais um calendário ao longo do ano e acho que isso pode ser importante.

Eu acho que comprar livros tanto quanto brinquedos varia muito com as famílias, que não são todos iguais e há as que já têm esse hábito de ir à livraria ou ir à biblioteca, de ir à feira do livro e isso já faz parte da rotina. E há outras que têm outros interesses e estão noutras fases. Mas eu também acho que não sou muito pela obrigatoriedade. Acho que cada família que faz o seu caminho. Mas é importante por exemplo na escola, haver feiras, ou às vezes pode não haver feira do livro na comunidade em que a escola está inserida e ser a própria escola a tomar essa iniciativa de fazer uma pequena Feira

do Livro. Isso pode ser importante. E se é uma coisa que acontece todos os anos, já queria ali algum hábito das pessoas irem ver os livros que saíram, eventualmente estar lá um autor. Mas pronto, o país também é muito desigual e em Lisboa acontece muita coisa. Se calhar no interior não acontece tanta coisa assim e às vezes até por acontecer menos coisa no interior, é dada mais importância ao que acontece, isso também acredito que seja verdade.

7-Acredita que os eventos já existentes, são suficientes para suprir as necessidades de incentivo à leitura aos mais jovens?

Eu acho que isto da leitura e do incentivo à leitura é um tema muito complexo. E acho que ninguém sabe muito bem qual é que é a fórmula para fazer as crianças lerem. Toda a gente que fala muito disso, que é bom jovens lerem mais, mas eu acho que não existe uma fórmula que se tenha certeza de que resulte. Há algumas coisas que se sabe que são importantes, que é os miúdos terem um contato precoce com os livros. Os adultos que as rodeiam também terem esse prazer em lerem, e esse prazer da leitura ser partilhado. E não se associar a leitura tanto ou apenas ao ensino e a avaliações. E a leitura ser um momento mais só dedicado ao prazer. Tudo isso pode incentivar mais depois há ali aquela altura da adolescência em que muitos miúdos que liam muito durante a infância, deixam de ler. Por isso é um bocadinho difícil responder a esta pergunta por ser um tema complexo.

Acho que haver dinâmica à volta dos livros é importante. Isso acontece também aos, por exemplo, nas redes sociais, onde muitos miúdos têm contato com os livros até através dos *influencers* e dos *booktokers*. Isso já está a fazer com que alguma coisa mude. Mas eu acho que quês e calhar o mais importante é essa parte do prazer, da leitura não ser só associada à escola, às leituras obrigatórias e às avaliações e serem uma coisa mais ligada ao prazer. Eu, por exemplo, acho que os clubes de leitura, que é uma coisa que agora já se começa a falar muito em Portugal. É, não sei se é considerado aqui um evento no seu inquérito, mas um clube de leitura, se calhar pode ser uma coisa importante, porque as pessoas estão ali, mais a partilhar porque gostaram do livro, o que é que não

gostaram ou que conhecem daquele autor? E essa conversa mais desligada da escola pode ser interessante.

8-Sabemos que os eventos em âmbito escolar são importantes, mas considera que os eventos fora deste contexto, são mais importantes, já que “tiram o peso” de ler por obrigação ou a relevância é igual/equilibrada?

Pois, eu acho que também os livros não são todos iguais, não é? Nós as vezes dizemos “Ah, é importante as crianças lerem”, mas lerem o quê? E há livros que cumprem um determinado propósito, mais entretenimento, distração ou diversão e outros que se calhar, são um bocadinho mais exigentes. E que já vão ao encontro de outras coisas também são importantes que é esse ler um pouco para sairmos da norma e do que é habitual, do senso comum. E eu leitura também pode, em certa altura do nosso percurso, como leitores podemos querer isso, podemos querer livros que nos desafiem, que seja um bocadinho difíceis e que nos façam pensar sobre coisas sobre as quais não pensamos. Sim, mas às vezes também às vezes lê-se a procura do que o que já se conhece e também é importante distinguir isso, que os livros não são todos iguais.

Do ponto de vista literário, claro que uns são mais ricos do que outros. Sim, e era bom que no menu servissem todo o tipo de livros, né? Não ficar só por aqueles que são os mais básicos. Às vezes, precisamos só de descanso e outras vezes precisamos de pôr a cabeça a trabalhar. Acho que isso faz parte também não nos devemos sentir culpados.

O que eu gostava mesmo era que a leitura no contexto escolar também fosse uma leitura por prazer e que houvesse espaço na escola também para este encontro, a volta dos livros que não fosse só gramática e os testes. E eu, por exemplo, a memória que eu tenho quando andava na escola, e acho que a maioria dos alunos gostava da disciplina de língua portuguesa. Hoje, para grande parte dos miúdos com quem eu converso, não gostam de língua portuguesa e tem uma certa aversão. Eu acho que antigamente não sei o que é que mudou, deve ter mudado muita coisa, mas conseguíamos ler na escola por prazer, escrever textos. A escrita também fazia parte disciplina e hoje também faz, claro, mas se calhar de uma forma diferente. E eu gostava era que a escola e também conseguisse criar estes eventos mais descontraídos, e que a escola também fosse um

elemento importante neste aspeto da leitura por prazer. Mas eu acho que é importante haver as duas coisas, a escola também convidar autores e as crianças também terem contato com os livros fora da escola.

9-Nos eventos em que participam, são mais crianças em visita escolar ou particular, com pais e encarregados de educação?

Nós temos um bocadinho as duas coisas, porque temos as. Idas às escolas e depois temos as festas do Planeta Tangerina. Temos aqui muitos os leitores dos nossos livros, que também incluem os pais e sentimos muito que o que os livros do Planeta de Tangerina são livros lidos por toda a família. São ali uma espécie de um ponto de encontro que os pais também gostam. Nestes eventos a entrada é livre e normalmente não há escolas.

Nós é que vamos às escolas. Ou então pode haver, por exemplo, uma Feira do Livro ou um festival literário organizado por um município que tem uma programação da qual faz parte um encontro com um autor ou um atelier de ilustração e aí a turma pode se deslocar ao nosso encontro. Sim, também pode acontecer.

10-O que gostariam de fazer nos eventos, mas ainda não tiveram a oportunidade?

Pois, eu acho que nós, assim, o que gostamos e que também é um bocadinho a nossa maneira de trabalhar os livros, é que cada um destes encontros seja diferente do anterior.

E tentamos que o encontro também tenha a ver com o livro que está a ser lançado. Estou-me a lembrar, por exemplo, nós lançamos já há uns anos um livro chamado Praia Mar, que é um livro só de ilustração. E nesse livro o que acontece, ou o que é representado no livro é subida da maré, que depois vai fazendo acontecer coisas na praia e aqui junto à entrada da editora, temos uma pequena praceta e fizemos um lançamento em que simulamos uma praia com uma lona azul muito grande e tentámos recriar esse ambiente da praia, que também está no livro, e bolas de Berlim, que é aquele bolo que se come na praia. Tínhamos uma canoa, tentamos formar uma espécie de um mar com uma lona grande azul e simular as ondas e as crianças estavam a brincar

aí. Portanto, é assim o que nós procuramos nem sempre é possível, mas é criar assim algum fator surpresa. É e surpreender os leitores nesses encontros. Também ir variando os sítios, ou estes encontros serem um pretexto para nós conhecermos sítios novos e darmos a conhecer sítios novos aos leitores.

11-Que vantagens observa na visita das crianças ao evento?

Eu acho que associar os livros a uma festa e a um encontro de pessoas que estão descontraídas e a conversar e a divertir-se, acho que é uma coisa boa, retira aquela carga do livro como uma coisa maçadora e obrigatória, por isso acho que essa é a grande vantagem, é criar essas memórias do livro, estar associada a uma festa e a um momento feliz.

12-Percebeu algum crescimento da presença infantojuvenil no evento? E nas vendas dos livros deste segmento?

Nós temos uma maneira de estar que é um bocadinho: Nós temos um plano editorial que se mantém inalterado desde que nós começamos a fazer livros. Nós editamos mais ou menos 6 livros por ano e normalmente são livros todos feitos aqui por nós, não são diretos, comprados. Isso não falta, era muito, ou seja, não temos um objetivo de crescimento ou de lucros X e estamos a perseguir isso. A nossa maneira de estar é outra. É nós fazermos os livros, alguns correm bem, outros correm menos bem. Depois o conjunto disso tudo é que conta e agora, neste momento já fizemos 100 livros e já há um histórico e isso é importante nesse ponto de vista financeiros, mas nós não trabalhamos para esse crescimento nem é uma coisa que damos muita importância. Claro que temos de ser um projeto viável do ponto de vista financeiro, mas não é isso que nos move. Não estou com isto a dizer que não seja importante haver vendas, claro que é, mas é uma tendência, é a nível mundial e também Portugal que as vendas do segmento Infantojuvenil têm tido um crescimento em relação a outros segmentos. Isso tem acontecido e connosco é uma situação estável, normalmente não há grandes oscilações.

13-Quais são as principais transformações que observa no setor do livro nos últimos dez anos, por exemplo?

Sobre Portugal, nos últimos dez anos, eu diria que apareceram pequenas editoras independentes, com uma atividade bastante interessante. Se calhar são até as que produzem os livros mais interessante neste momento, não falo só do livro infantil falo também dos outros livros. Acho que é nas pequenas diretoras que quando eu vou procurar um livro meio a uma livraria, quase sempre é de uma pequena editora, isso acho que quer dizer muito. Estão mais atentas a publicar temas que estão na ordem do dia, autores novos, que arriscam mais e depois, isso torna a sua atividade mais interessante para os próprios leitores. O resultado desse risco, traduz em investir em livros mais interessantes.

Eu gosto muito que exista diversidade. Acho que há o perigo dos monopólios de distribuição que são perigosos. Nós, por exemplo, não temos os livros à venda na Amazon, porque achamos que é um monopólio que pode acabar com pequenas livrarias e até com pequenas editoras. É uma força demasiado poderosa, e, portanto, não temos os livros à venda na Amazon. Isso foi uma mudança grande que aconteceu nos últimos dez anos, essa presença desses gigantes e eu acho que isso é uma coisa que nós devemos estar atentos se queremos que continuem a existir e estes projetos que arriscam. E também, por exemplo, pequenas livrarias, que não tem o foco só no lucro e que estão preocupados em criar uma relação com os leitores e tem amor aos livros e também temos de ser nós como leitores/compradores de livros a escolher dar o dinheiro às pessoas certas. Acho que acho que isso é muito importante.

Eu acho que todas as pessoas têm direito a publicar os livros que quiserem e acho bem que haja oportunidades. Por outro lado, acredito muito no papel dos editores e acho que nós vivemos num mundo em que há muita, muita coisa, muita música, muitas séries, muitos livros, muito, muito de tudo. E acho que é importante haver este papel dos editores nas diferentes áreas ou pode se chamar curadores, ou seja, esta função de saber escolher o que é que se vai dar relevância. Não é porque estamos num mundo em que há uma montra gigante que é a Internet e pode estar tudo na montra, mas nós, eu também, como leitora, publicam-se milhares de livros todo o ano e algumas pessoas que eu sigo que eu sei que percebem de literatura e que vão fazer boas recomendações. Eco

papel do editor também é esse, um bocadinho distinguir entre este oceano de pessoas que querem publicar livros, e que têm direito, mas alguns se calhar não têm qualidade literária, por exemplo. E então é nós, como sociedade, podemos escolher onde queremos pôr o foco, ou iluminar o quê? E o papel do editor é muito esse é distinguir o bom do mau e depois também o ajudar uma coisa que tem grande potencial a tornar-se ainda melhor. Eu acredito que isso é uma coisa muito importante e vai ser cada vez mais. É precisamente por haver essa montra que nos dispersa e que também nos faz descobrir coisas interessantes no meio dessa dispersão. As pessoas têm o direito de fazer isso, não podem é querer que o seu livro seja considerado muito bom quando ele não é muito bom, pronto, tem de estar preparados para isso. Nem tudo é relevante e isso é impossível.

Ainda sobre as transformações, acho que pode ser interessante também apontar esta questão dos *influencers*, pois por exemplo em Portugal, o espaço para a crítica literária diminuiu muito nesta última década. Ou seja, já na imprensa tradicional e na comunicação social, mais nos meios mais tradicionais, não há grande espaço para a crítica literária ou, por exemplo, quase não há programas na televisão e na rádio dedicados aos livros. O espaço nos jornais é pouco, até diminuiu. Isso é uma que mudou, mas ao mesmo tempo começaram a surgir na Internet pessoas que não são críticas literárias são leitores que gostam de ler e decidem falar sobre as suas leituras, e que também se tornaram com o decorrer do tempo elementos que promovem a leitura. Não cumprem o papel de um crítico literário, mas como alguém que acompanha a saída dos livros que gosta de ler e partilha esse gosto com as outras pessoas. Isso é uma é uma coisa nova e um bocadinho incómoda, digo eu, para quem tem uma visão mais tradicional. Mas acho que esse incomodo tem a ver com o também com o desaparecimento quase da crítica, seria bom se a crítica tomasse mais espaço e haver estes dois grupos de pessoas a falar dos livros de maneira diferente, seria o ideal.

14-Como enquadra o género literário infantojuvenil no âmbito das tendências e hábitos de leitura?

Eu observo nas livrarias, que há uma grande diversidade de livros. Há uns mais comerciais, outros menos, uns que vão mais para desenvolver mais essa área do livro-brinquedo. Pronto, eu sinto que os pais, pelo menos em Portugal, claro que não todos com a mesma intensidade, mas dão importância a leitura e fazem algum esforço ou pelo menos valorizam o acesso das crianças aos livros. Se calhar continua a haver alguma tendência para os pais valorizarem certo tipo de livros ainda há algum preconceito, por exemplo, com os livros de banda desenhada e se calhar, a tendência dos pais será encaminharem os miúdos para um certo género literário mais formal ou mais dentro do Cânon, mas eu diria que há uma grande liberdade neste acesso e que há uma grande diversidade e, portanto, há liberdade de escolha. Eu acho que é o mais importante. Não sei o que é que hei de dizer mais sobre este assunto.

15-No âmbito do marketing, comunicação e comercialização de livros, quais as iniciativas que considera mais relevantes captar leitores e vendas?

Eu acho que o mais importante de tudo é fazer bons livros, porque quando um livro é mau, o marketing e a comunicação podem ser bons, mas o livro também não vai muito longe. Ou seja, isso pode ajudar ali nos primeiros meses e haver ali um ruído à volta do livro, mas depois o livro não vai para segundas e terceiras edições se não for bom. Por isso, eu acho que o mais importante de tudo é mesmo apostar no antes a fazer livros bons. Claro que também tem um livro bom e não haver nenhuma boa comunicação, o livro pode não realizar todo o seu potencial. Por isso, eu, eu acho que é importante, se os autores do livro gostarem disso, haver algum contacto com os leitores, haver conversas à volta do livro. Nós, por exemplo, aqui uma coisa que fazemos no nosso site, tentamos fazer um *making of* do livro, ou seja, os autores do livro falam sobre o processo de criação, explicam as dificuldades, como é que chegou àquele resultado, porque é que escolheram aquele tema ou, no caso da ilustração, aquela técnica, experiências que fizeram. Acho que mostrar esses bastidores é uma parte da comunicação sobre o livro importante. Pronto, em relação à comercialização, tentámos que a distribuição corra bem. Às vezes não é fácil dos livros terem espaços de exposição nas livrarias, porque há muitos livros a compra do espaço por parte das grandes editoras, as pequenas editoras nem sempre têm as possibilidades financeiras de investir na compra do espaço nas

livrarias. Portanto, a única hipótese é mesmo a qualidade tem de se competir pela qualidade e fazer livros que perdurem para se conseguir competir.

Não chamaria um departamento de Marketing, mas temos também essa área, assim, nós também fizemos a nossa distribuição e cada vez que há a saída de uma novidade, muito através das redes sociais, tentamos comunicar isso. Não temos um orçamento de peso para a parte do marketing.

A editoras que fizessem, por exemplo, compram espaços nos catálogos das livrarias, compram um espaço de loja, compram montras. Fazem cartazes para tratarem nos pontos de venda ou até mobiliário para expor uma determinada coleção. Nós não fazemos isso, pois é um investimento muito caro. A compra do espaço, um catálogo é muito, muito cara e por isso não podemos fazer.

16 – Acredita que os eventos têm um peso maior para as editoras de pequeno e médio porte do que para os grandes grupos? Como vê e analisa este ponto?

Pois, eu acho que é o conjunto de tudo que conta. Tem de ser tudo junto. Mas eu acho que os grandes editores também já investem muito nas redes sociais. Portanto, no outro dia estava a ler que já editores que até contrataram e *Booktokers* para trabalhar com eles. E já perceberam a importância das redes sociais, mas têm mais meios para atacar em várias frentes, digamos assim.

Acho sobretudo que é investir na qualidade, porque quando se investe na qualidade, pois já não tem de se pôr todas as fichas do marketing, não é? E depois também há muito nesta área dos livros, conta muito quando um leitor gosta e passa a palavra, isso é maravilhoso. Tem uma boa experiência de leitura e oferece o livro, fala com os amigos sobre ele e isso também é marketing dos próprios leitores, que é o melhor que pode haver.

17- Costumam organizar os vossos próprios eventos? Como funciona?

Já respondido.

18- Em termos de porte e dimensão, como classifica a vossa editora?

Somos uma microeditora, pois o número de livros que editamos por ano é mesmo muito pequeno, mas são livros, como eu estava a explicar, porque se formos ver um catálogo, a maioria dos outros catálogos são de livros que são comprados os direitos de outros países. Depois, as editoras fazem traduções, podem também ter produções próprias, mas há assim, uma divisão é entre estes dois tipos de livros, os comprados e os originais. E nós investimos mais na criação de livros originais e por isso também não é tão fácil editarmos mais livres do que do que estes seis por ano.

Apêndice 6 – Breve análise sobre a editora Edicare

Estudo de caso de editora de pequena dimensão

Edicare

A ***Didatic by Edicare*** surgiu no mercado como um complemento da marca de origem: ***Edicare Editora***, que foi fundada em 2003, em Lisboa, por Mafalda Parreira do Amaral. A ideia do negócio surgiu quando Mafalda tinha 33 anos e demorou cerca de dois anos até tomar forma. Isto desencadeou-se após o seu segundo filho, Frederico nasceu com uma paralisia cerebral, que a fez rever suas prioridades. Tentou conciliar todas as atividades e demandas de sua vida por alguns anos, mas viu que não era possível dar um suporte consistente e eficaz ao atuar em tudo ao mesmo tempo. Neste momento, percebeu que esta rotina se tornou incompatível para sua vida. Por isso, dedicou-se a aprender como lidar e a cuidar de uma criança com necessidades especiais, assim como também se envolveu intensamente como ativista na direção da APPC (Associação Portuguesa de Paralisia Cerebral).

Formada em economia, aplicou os conhecimentos do curso e também os que adquiriu em seu percurso profissional, o que inclui a Cofaco, o maior grupo conserveiro de Portugal. Ao Jornal Diário de Notícias, comentou:

“Não dava mais para manter um emprego por conta de outrem”, explica Mafalda, que, como percebeu que para garantir o seu equilíbrio precisava de fazer outra coisa, optou por antecipar o subsídio de desemprego e criar uma editora, juntando a sua paixão pelos livros com os conhecimentos adquiridos pela necessidade de cuidar do Frederico. (Fiel, 2010)



Didatic by Edicare

Como mencionado acima, após dois anos a projetar a empresa e a construir o seu plano de negócios, começou a faturar apenas em 2005. Mas para além da faturação, Mafalda estava preocupada em disponibilizar um produto de qualidade e disruptivo no mercado. Não queria estar a oferecer algo que já existia, inclusive porque a concorrência do sector é muito avultada e, por vezes, agressiva.

No ano de 2009 tinha cerca de 900 referências de livros e produtos educativos e chegou a faturar mais de um milhão de euros com suas até então, sete lojas. Hoje já são dezasseis lojas espalhadas pelo país, de norte a sul.

Entretanto, o negócio sofreu algumas modificações ao longo de seu percurso. Mafalda observou que a sua grande proposta inicial, de direcionar os produtos apenas para as crianças com necessidades especiais e alguns guias para os pais, deveria também inserir outros tipos de mercadorias e expandir o seu catálogo. No ano de 2004 começou a distribuir e representar parceiros estrangeiros a partir de acordos e negociações. Com isso, lançou no mercado português alguns produtos que até então eram difíceis de encontrar por cá ou mesmo com um preço acessível. (Paulo, 2014)

Criou também uma distribuidora própria e assim conseguiu dar seguimento ao projeto, que segue até hoje com o seu objectivo de oferecer uma seleção de produtos inovadores e de qualidade. Além disso, encarrega-se da produção, venda e distribuição ao retalho de seus produtos educacionais. (Paulo, 2014)

Especificamente sobre o negócio da **Edicare**, trata-se de uma editora voltada para o público infantil e observa-se em seus produtos uma tendência de estímulo ao desenvolvimento das crianças de forma didática e educativa, mas também lúdica e divertida. Além dos produtos da própria marca, comercializam também livros e materiais de outras editoras.

Em sua estrutura organizacional, a **Edicare** conta com uma estrutura empresarial não muito extensa, com profissionais divididos entre os escritórios e as lojas. A pretensão da empresa é manter-se com uma estrutura física mais reduzida e, por isso, como estratégia, recorre ao *outsourcing* de profissionais especializados de acordo com a demanda, como *designers* e tradutores, por exemplo. Além disso, realizam contratações temporárias para as lojas em épocas de maior movimento. (Paulo, 2014)

Segundo a própria editora, sua missão é a de apresentar o que há de melhor no universo infantil e que o processo de aprendizagem seja espontâneo e gracioso. Pretendem que este processo vá além e propicie conteúdos pedagógicos com diversas alternativas, desde livros, jogos, puzzles etc. O foco de sua missão está no incentivo para que a criança viva ao máximo a experiência ao utilizar os produtos da **Edicare**, e assim terem momentos de lazer, mas também a adquirir conhecimento, informação e a estimular a criatividade. (Edicare, Website Edicare, s.d.)

Na Edicare somos determinados, mas flexíveis, firmes, mas humildes, simples, mas exigentes, obstinados, mas sempre criativos, sem nunca esquecer que a nossa vocação é trazer às crianças e às famílias tempo de lazer e aprendizagem de qualidade, através dos mais diversos materiais. Na nossa seleção valorizamos produtos de linguagem e preço acessíveis. Concebemos artigos que combinam, em simultâneo, a componente prática e o valor educacional com a componente lúdica e de diversão. (Edicare, Website Edicare, s.d.)

No princípio do negócio, a **Edicare** optou por abrir as suas primeiras lojas em zonas mais estratégicas e emblemáticas do centro de Lisboa, principalmente pela importância de manter todas as marcas da editora em conjunto num único espaço. Contudo, passaram

também a vender para outras lojas e a participar ativamente em eventos e feiras do setor livreiro. A editora segue também com uma boa relação com as grandes cadeias do segmento, com seus produtos à venda em diversas lojas da *Fnac*, *El Corte Inglés* e *Bertrand*, entre outras. (Paulo, 2014)

Esta é uma das suas estratégias de vendas, pois, desta maneira, consegue promover as marcas que representa através de sua venda nestas superfícies supracitadas. Esta estratégia da empresa de dispor de um número elevado de produtos, propicia-lhe diversos benefícios, tais como a possibilidade de atuar em diferentes segmentos de mercado; produtos que se complementam entre si; contrariar a sazonalidade de Natal do mercado infantil e ter uma comunicação contínua com os clientes, apresentando-lhes novidades e no preparo de ações temáticas. (Paulo, 2014)

As lojas da ***Didatic by Edicare***, como já mencionado, estão localizadas em diversos pontos do país, mas a editora trabalha também com o comércio *on-line*, o que é extremamente importante nos dias de hoje. Entretanto, as lojas físicas costumam apresentarem-se com uma disposição totalmente adaptada para a visita de crianças de todas as idades. Os produtos encontram-se acessíveis e com uma localização estratégica para que todos possam manuseá-los.



Disposição de uma das lojas Didatic by Edicare

As lojas não são todas iguais, mas pretende-se que sigam esta premissa da acessibilidade para todas as crianças.

Além da própria loja física, a editora tem utilizado algumas ferramentas de Marketing para otimizar a sua promoção. Em primeiro lugar, há o seu próprio *website*, reúne toda a informação da empresa, o seu catálogo e realiza vendas on-line. Apesar de haver o catálogo digital, costuma produzir também folhetos impressos com os produtos e novidades, além de trabalharem com um *mailing* e *newsletter*. A assessoria de imprensa também atua na promoção da editora, através do envio de *press releases* a jornais, revistas e outros órgãos de comunicação social condizentes com o seu nicho de mercado. A sua presença nas redes sociais tem sido bastante ativa, o que auxilia na comunicação com os clientes.

Fora estas estratégias, também aproveitam as oportunidades de promover os produtos em programas de televisão que estejam ligados ao seu público-alvo.

A **Edicare** tem seus objetivos definidos a médio e longo prazo, e estes vão desde a consolidação e solidificação da relação com seus clientes já conquistados, passando por

captar novos clientes, canais e estabelecimentos comerciais, até firmais ainda mais o nome da empresa como referência do segmento no mercado português. Há ainda a pretensão de terem pelo menos uma loja em cada distrito do país. (Paulo, 2014)

A **Edicare** é um exemplo de editora que investe na fidelização do cliente, pois ela tem observado as tendências do mercado livreiro infantil e, para além dos livros, oferece também outros produtos como jogos, *puzzles* e passatempos. Isto é inovador e não deixa as crianças “entediadas” ou saturadas por visitarem a loja, por sabem que sempre terão alguma novidade por lá. Isto faz com que elas fiquem habituadas a frequentá-la e, inclusive, poderão pedir aos pais que as levem até lá. Mostra que conhece o mercado em que está inserida e a necessidade real de seus consumidores.

A **Edicare** entende que seus livros e jogos são instrumentos valiosos para a criança descobrir o mundo e, conseqüentemente, conhecer-se a si própria. Com esta tática, incentivam a aprendizagem da criança com diversão, assim como as estimula a desenvolver a curiosidade, o sentido crítico e o convívio social.

É com este tipo de memória da infância que os futuros leitores são formados. Uma vez mais, se este hábito for fomentado desde cedo, tornar-se-á cada vez mais genuíno e natural, além de ser trespassado através das gerações.

Apêndice 7 – Breve análise sobre o Editorial Presença (Jacarandá)

Estudo de caso de editora de média dimensão

Editorial Presença

O Editorial Presença é uma empresa de média dimensão, com um capital declarado de 11.135.375 € e atualmente conta com 86 colaboradores.

O Editorial Presença surgiu no dia 30 de maio de 1960, e foi fundado por Francisco da Conceição Espadinha, um ávido e entusiástico leitor determinado a estabelecer uma casa editorial. Sua ligação frequente com a Livraria Barata trouxe consigo a colaboração do livreiro António Barata, tornando-o parte integral de seu projeto.

Em 1973, Francisco da Conceição Espadinha convidou Manuel Aquino a se juntar à Presença, transformando-o em seu sócio e Administrador do Grupo. O nome da editora derivou de uma inspiração que o fundador considerou apropriada para evocar o universo literário, em relação ao movimento cultural dos presencistas, associado à revista Presença.

Nos anos 1960, teatro e ensaios foram publicados, instituindo a editora como pioneira nessa área. O primeiro livro foi *Kean* uma peça de teatro de Jean-Paul Sartre, também com lançamentos de Samuel Beckett. Nas décadas de 60 e 70, a Presença destacou-se com ensaios de autores como Umberto Eco, Norberto Bobbio e Deleuze, além de enfatizar ensaístas portugueses como Eduardo Lourenço, Vasco Graça Moura e Hernâni Cidade. A poesia portuguesa do século XX também recebeu uma especial atenção ao trazer obras de Ruy Belo, João Miguel Fernandes Jorge, Daniel Filipe e Ruy Cinatti.

Na década de 1980, a editora abrigou autores portugueses aclamados, como Oliveira Marques, Magalhães Godinho, António Alçada Baptista e David Mourão-Ferreira, especialmente com o notável romance "Um Amor Feliz." Já nos anos 1990, foram realizadas mudanças editoriais, com o seu foco alargado para a ficção e outros gêneros. A coleção "Grandes Narrativas" teve início em 1995 com "O Mundo de Sofia," de Jostein Gaarder.

Atualmente, a Editorial Presença é reconhecida por seu vasto catálogo, com autores renomados como J.K. Rowling, Ken Follett, Suzanne Collins e Orhan Pamuk. Destaca-se como uma das principais editoras do país, lançando mais de cem novos títulos anualmente e por manter um sólido compromisso com a promoção literária, tanto de autores contemporâneos notáveis como de novos talentos na ficção portuguesa.

A editora colabora globalmente para criar projetos inovadores, abrangendo desde romances até literatura policial, fantasia e obras infantojuvenis. Ela também oferece variadas obras de não-ficção, incluindo ensaios, obras educativas e guias práticos.

O selo de identidade e independência, ligado a Francisco da Conceição Espadinha e sua capacidade de adaptação, explicam a duradoura presença da editora, que celebrou 60 anos em 2020. O Grupo Presença, que engloba as chancelas Editorial Presença, Marcador, Manuscrito e Jacarandá, destaca-se no mercado editorial, pelo seu catálogo diversificado com mais de quatro mil títulos publicados. Na chancela Jacarandá, o foco é a promoção da leitura desde a infância, com os seus livros didáticos e criativos que estimulam o desenvolvimento das crianças. Esses livros tornam-se objetos envolventes que incentivam a criatividade, a resolução de problemas e as habilidades motoras, contribuindo para o crescimento pessoal página a página.



Fonte: Facebook Jacarandá

Apêndice 8 – Questões do questionário aplicado aos encarregados de educação de crianças do 1º ao 6º ano

1. Sou: *

- Mãe
- Pai
- Outro(a) encarregado(a) de educação

2. Número de filhos do 1º ao 4º ano *

- 0
- 1-2
- 3-4
- Mais de 4

3. Número de filhos do 5ª ao 6º *

- 0
- 1-2
- 3-4
- Mais de 4

4. A (s) criança (s) estuda (m) num estabelecimento de educação: *

- Público
- Privado

5. Nome da Instituição de ensino *

Introduza a sua resposta

6. Qual a principal ocupação da criança nos tempos livres? *

- Desporto
- Leitura
- Música
- Televisão
- Internet
- Videojogos
- Outros

7. Onde a criança costuma ler, na maior parte do tempo? *

- Em casa
- Na escola
- Em bibliotecas

8. Qual o tempo gasto por semana, em média, com as leituras extracurriculares? *

- Não se aplica
- Até 30 minutos
- 30 a 60 minutos
- 1 a 2 horas
- 3 horas
- Mais de 3 horas

9. Estas leituras são realizadas na companhia de pelo menos um dos responsáveis da criança? *

- Sim
- Não
- Às vezes

10. Qual consideram o melhor momento para ler? *

- Ao deitar
- Durante a tarde
- Apenas nos tempos livres
- No intervalo de outras atividades
- Quando é possível

11. Quantos livros extracurriculares costumam comprar por ano? *

- Nenhum
- Entre 1 e 3
- 4 a 6
- 7 a 9
- Mais de 10

12. Que estrutura é utilizada para a leitura? *

- Livros físicos
- E-books
- Livros físicos na maior parte do tempo, mas também e-books
- E-books na maior parte do tempo, mas também livros físicos

13. No caso da leitura de e-books, qual o dispositivo mais utilizado? *

- E-reader
- Telemóvel
- Computador
- iPad/Tablet
- Outro

14. Qual o tipo mais comum para o vosso acesso aos livros? *

- Empréstimos em bibliotecas
- Compras em lojas físicas
- Compras em lojas on-line
- Compras em eventos literários diversos
- Compras em feiras do livro

15. A vossa criança prefere, na maior parte do tempo, utilizar: *

- Livros
- Livros associados a jogos
- Brinquedos
- Videojogos

16. Costumam visitar eventos literários com as crianças? *

- Sim
- Não
- Sempre que possível
- Raramente

17. Quais? *

- Feiras do livro
- Sessões de autógrafos
- Apresentação de livros
- Oficinas de leitura/escrita

18. O que procura num evento literário, no âmbito infantil? *

Selecione, no máximo, 5 opções.

- Novidades
- Variedade de publicações
- Descontos e promoções
- Atividades lúdicas
- Encontro com autores
- Autógrafos
- Lançamentos de livros
- Oficinas
- Workshops
- Sessões de leituras

19. Costuma frequentar eventos literários em outras localidades? *

- Sim
- Não
- Raramente
- Não, mas iria até 50km
- Não, mas iria até mais de 150 km

20. O que faria a vossa família deslocar-se para outra localidade para visitar um evento literário?

*

Selecione, no máximo, 4 opções.

- Dimensão do evento
- Qualidade do evento
- Autores presentes
- Atividades disponibilizadas no local
- Garantia de promoções e preços mais económicos
- Apenas por diversão
- Para aproveitar e realizar outros passeios turísticos na localidade do evento
- Incentivar às crianças a visitarem este tipo de evento

21. Qual tipo de evento é da vossa preferência, assim como das crianças? *

- Literário
- Teatro
- Musicais
- Museus

22. Está satisfeito/a com os eventos que frequenta? *

- Sim
- Não
- Sim, mas falta alguma coisa

23. Com base na pergunta 22, gostaria de deixar alguma sugestão?

Introduza a sua resposta

24. No geral, que gostaria de ver mais nos eventos literários, no âmbito infantil? *

Introduza a sua resposta

25. Acredita que a participação nestes eventos incentiva o hábito da leitura para as crianças? *

- Sim
- Não
- Um pouco

A vossa família frequenta ou já frequentou?

26. Feira do livro *

- Sim
- Não

27. Sessões de autógrafos *

- Sim
- Não

28. Apresentação de livros *

- Sim
- Não

29. Oficinas de leitura/escrita *

Sim

Não

Assinale o grau de importância que considera adequado a cada um dos tópicos abaixo:

Considerar a seguinte ordem, da esquerda para a direita: Nada importante – Pouco importante – Moderado – Importante – Muito Importante

30. Hábito da leitura desde a primeira infância *

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

31. Hábito da leitura dos 7 aos 12 anos *

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

32. Ler todos os dias (Leituras diversas, mas extracurriculares) *

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

33. Participação em eventos literários na escola *



34. Participação em eventos literários fora do âmbito escolar *



35. Incentivo dos pais/responsáveis à leitura *



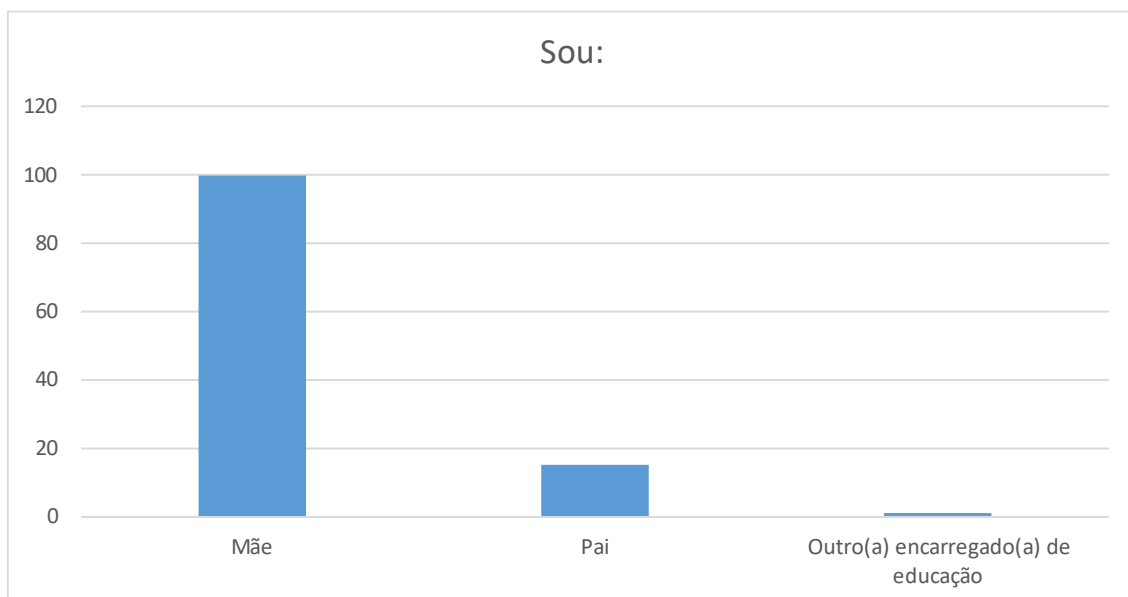
36. Hábitos de leitura regulares dos pais/responsáveis *



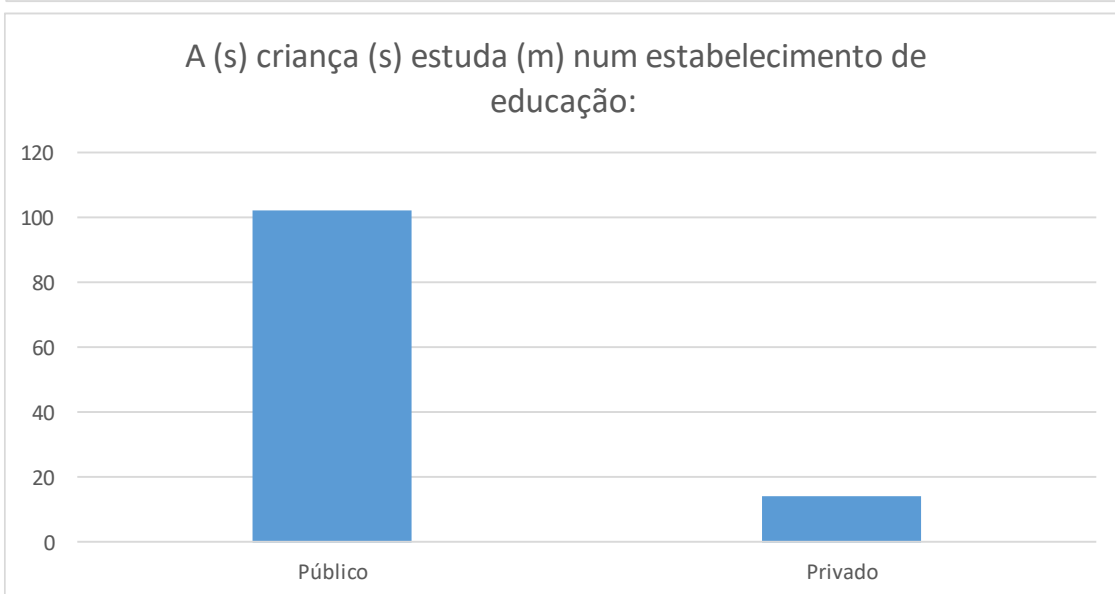
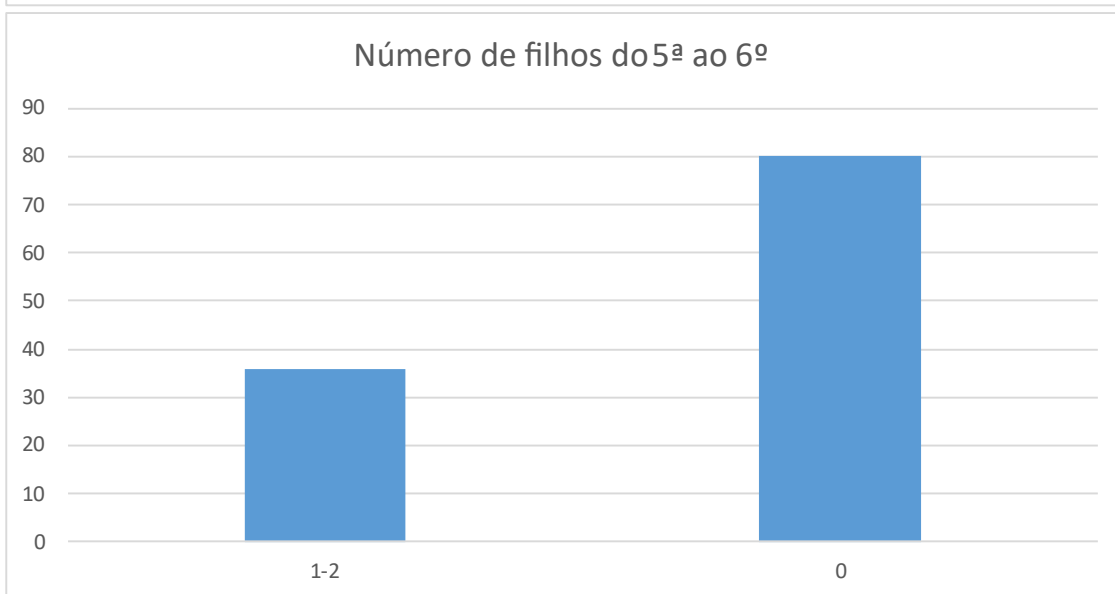
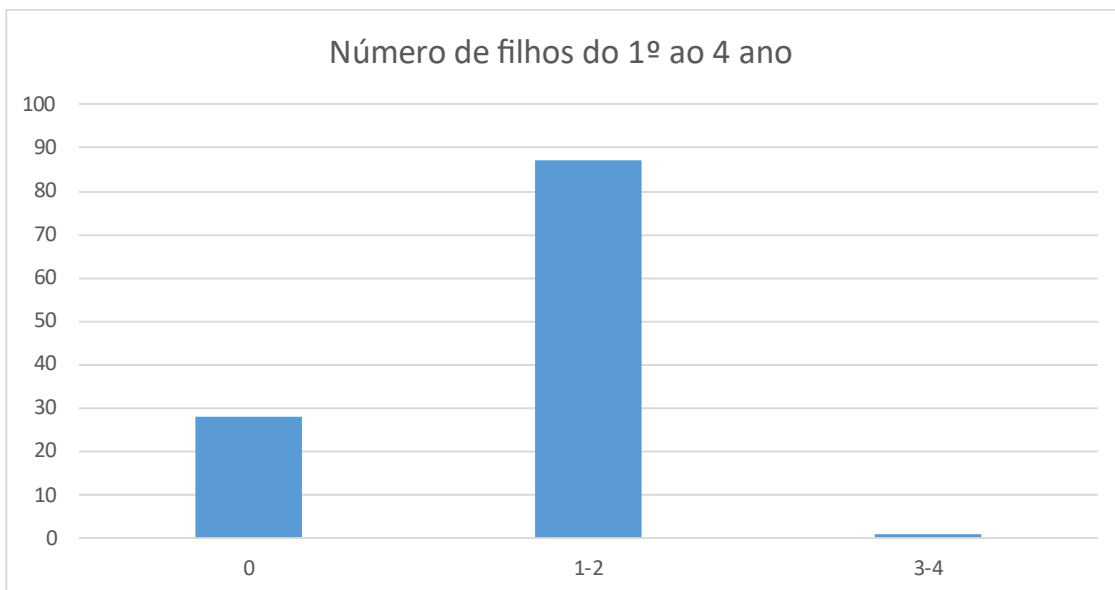
Apêndice 9 – Resultado completo do questionário aplicado aos encarregados de educação de crianças do 1º ao 6º ano

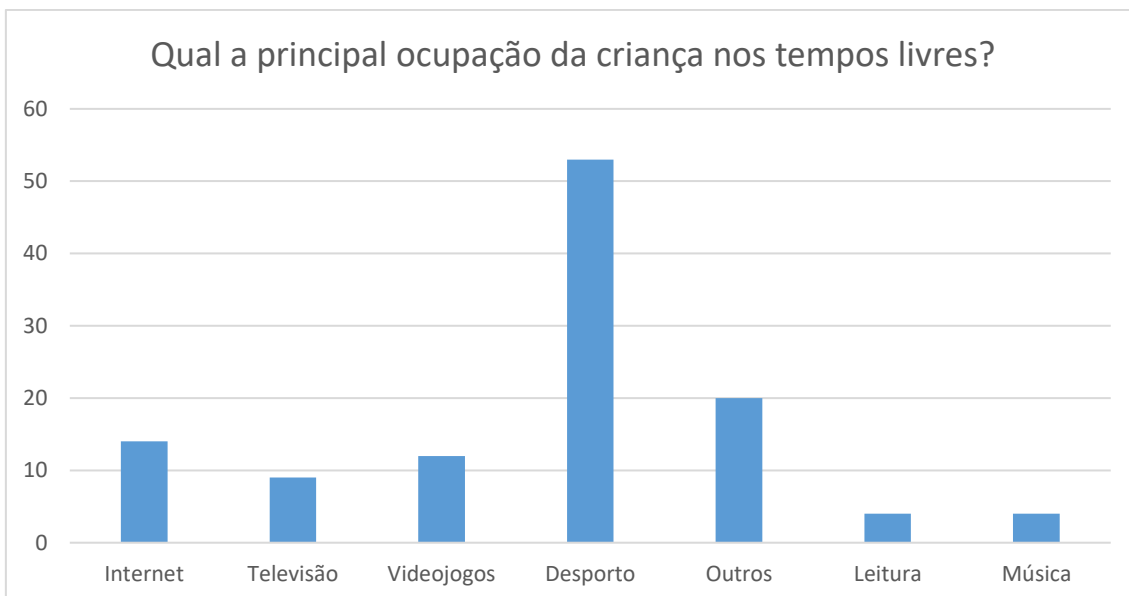
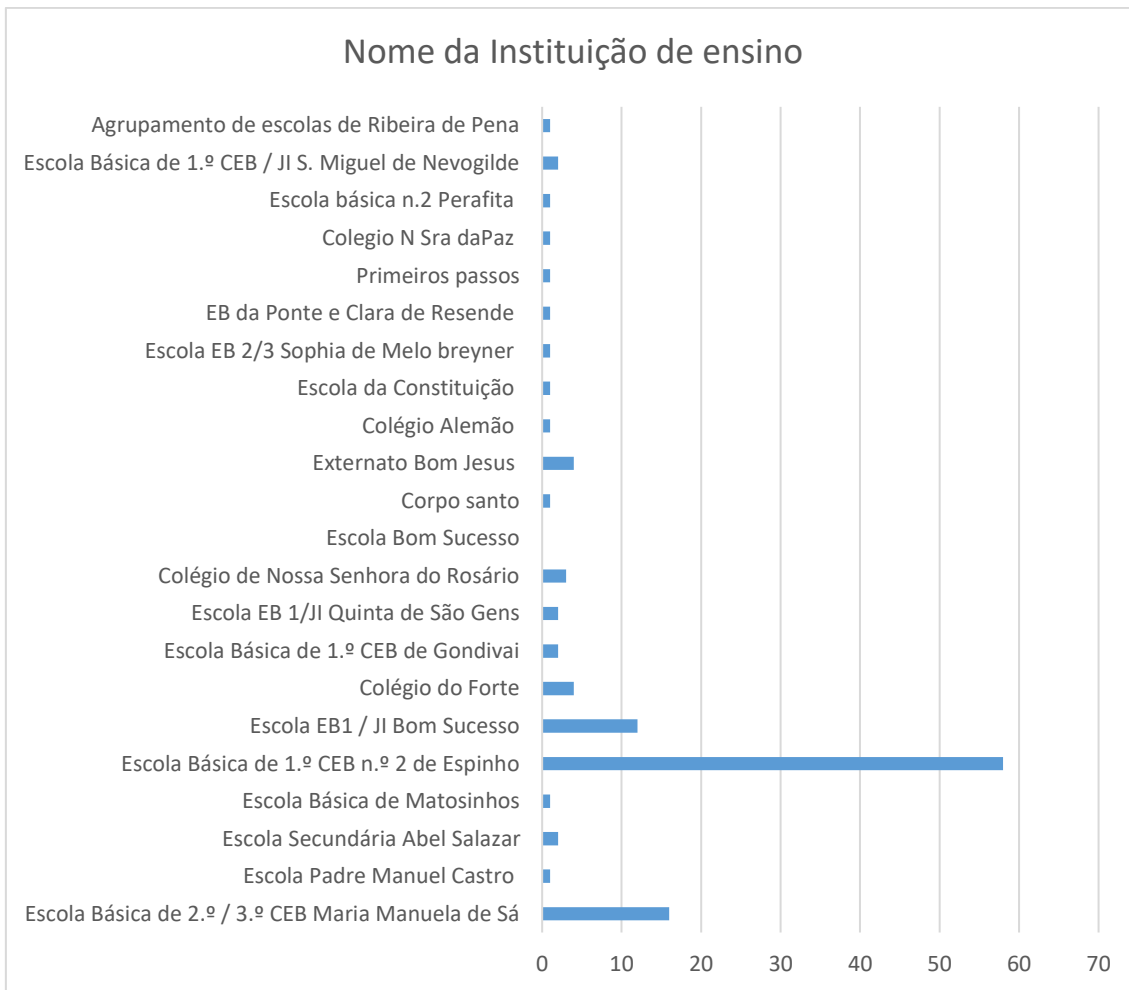
Abaixo, seguem as respostas referentes ao questionário aplicado aos encarregados de educação das crianças em idade escolar, dos primeiro ao sexto ano.

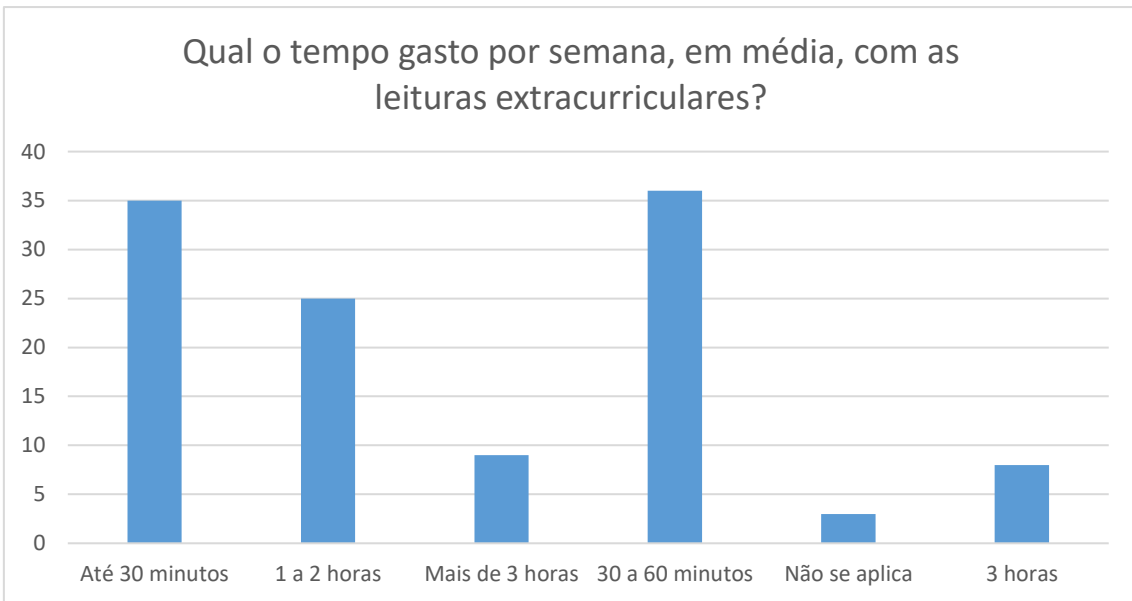
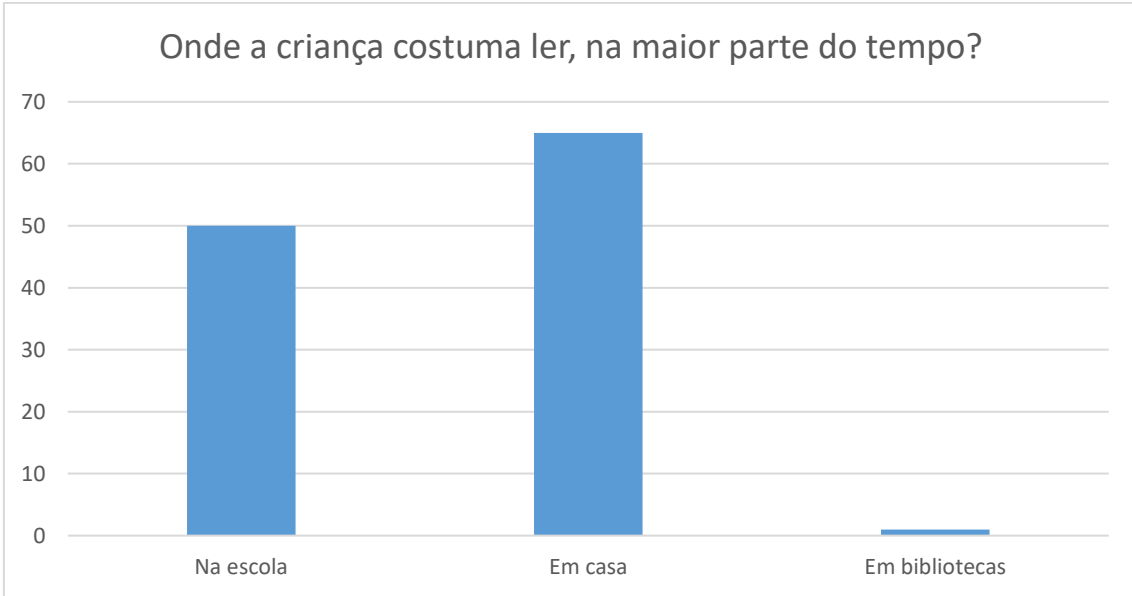
Questionário aplicado via partilha do link, em total anonimato por parte dos inquiridos.

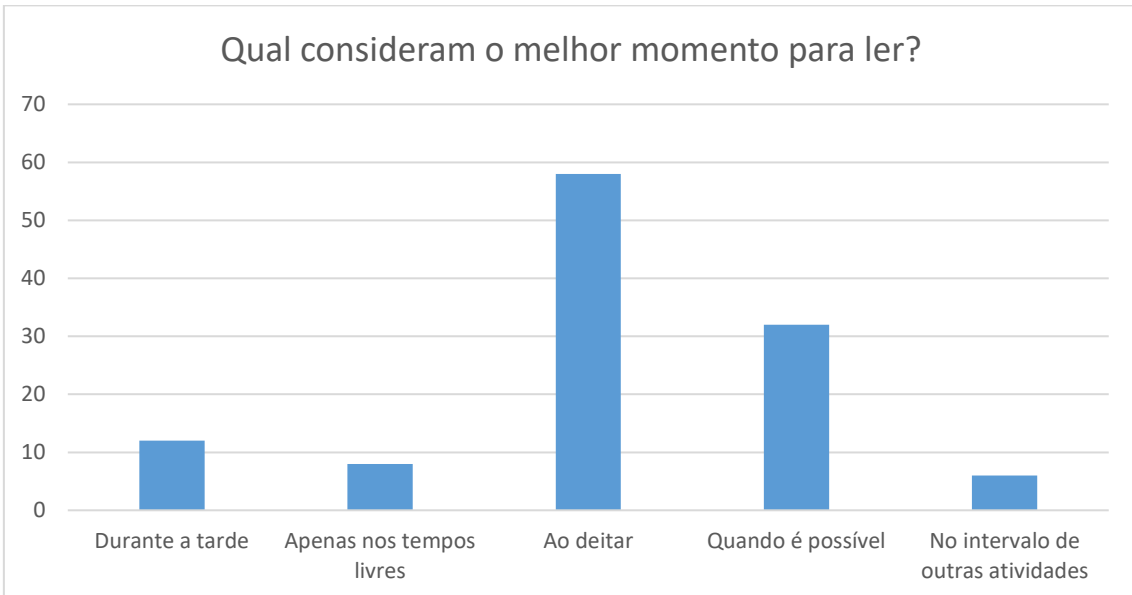
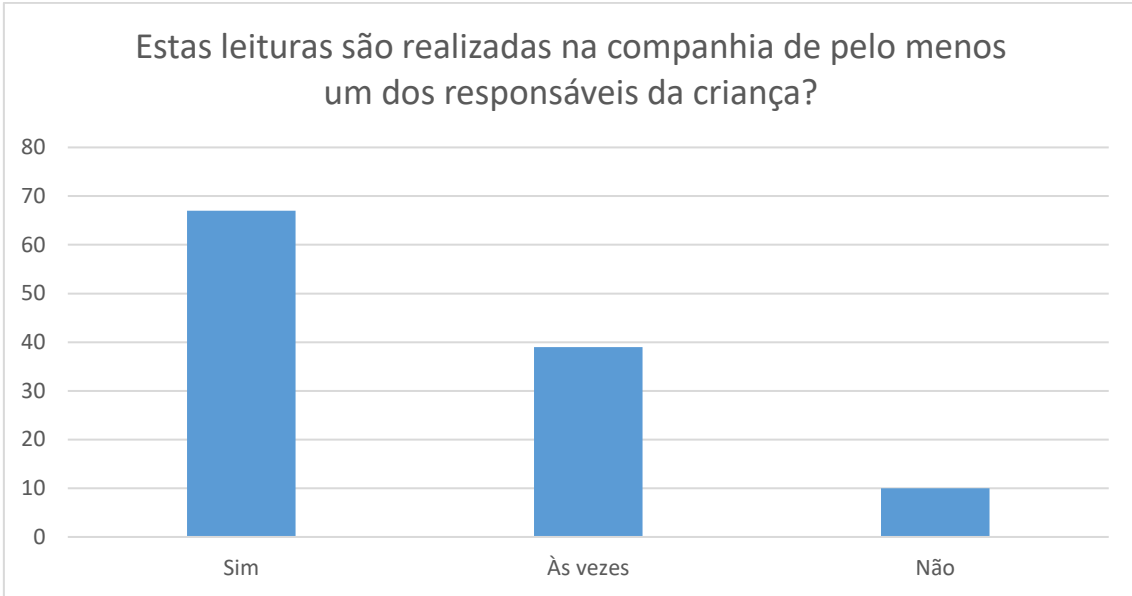


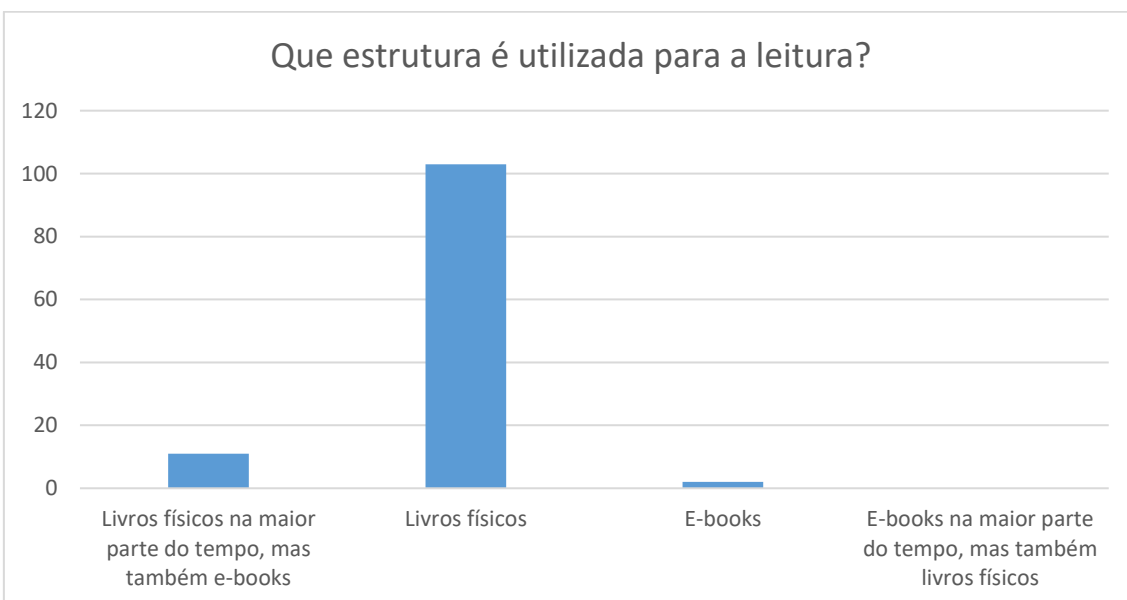
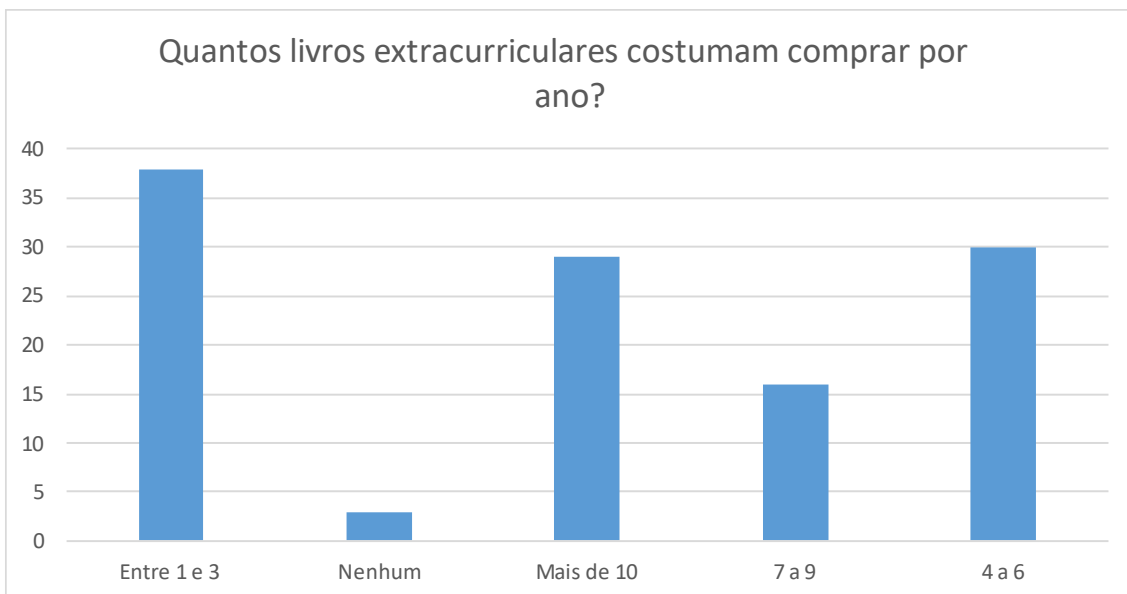
Fonte: Questionário próprio, aplicado aos encarregados de educação das crianças do primeiro ao sexto ano. Fev-Jun 2023 (**Aplica-se a todos os outros que se seguem neste apêndice 8**)

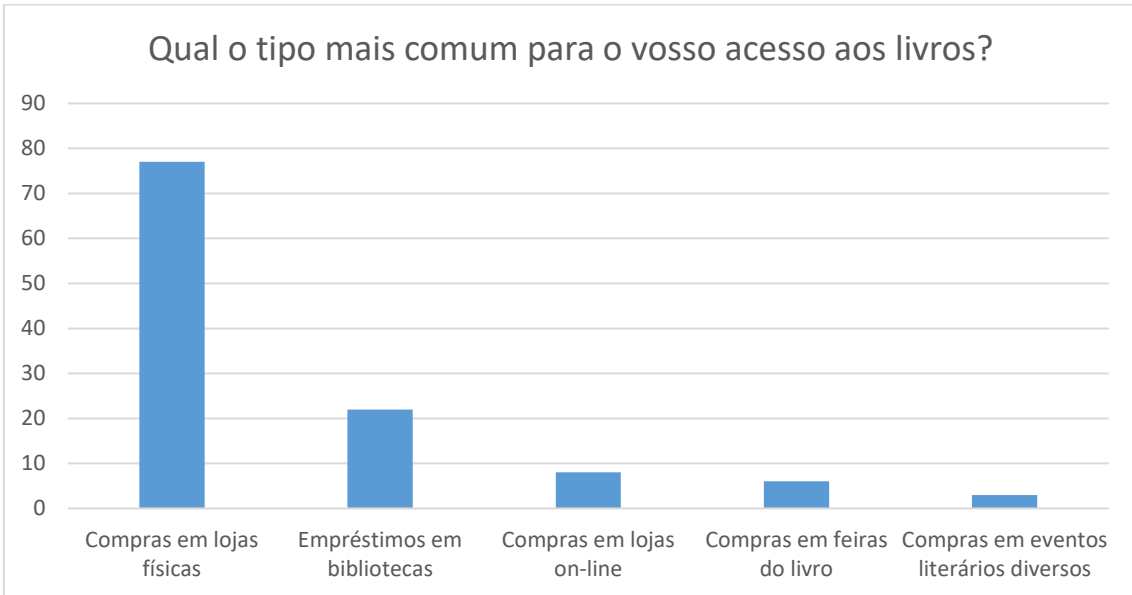
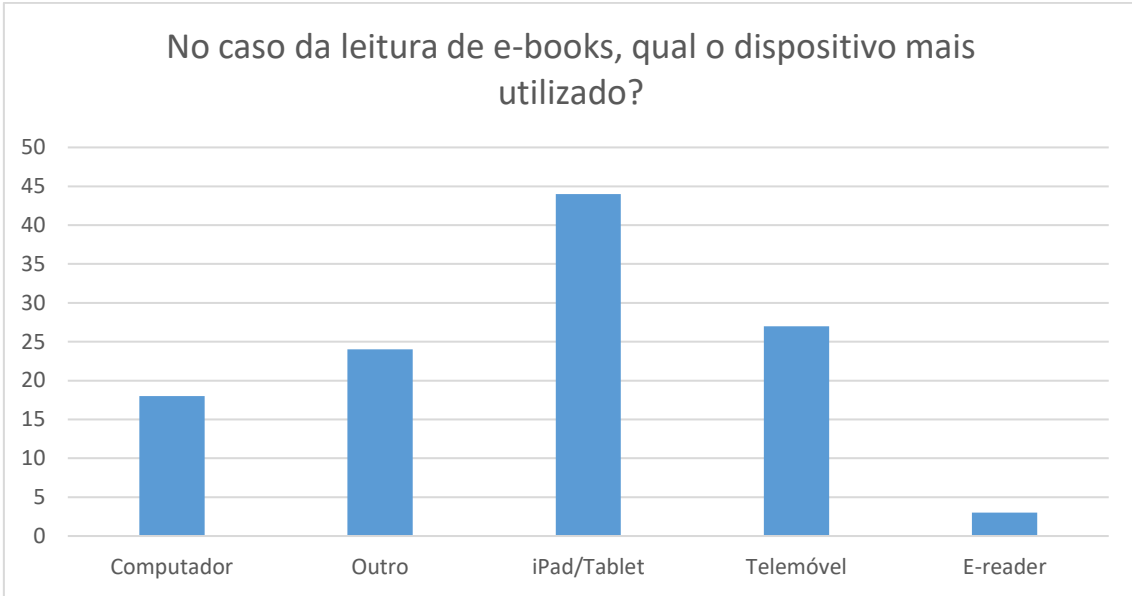


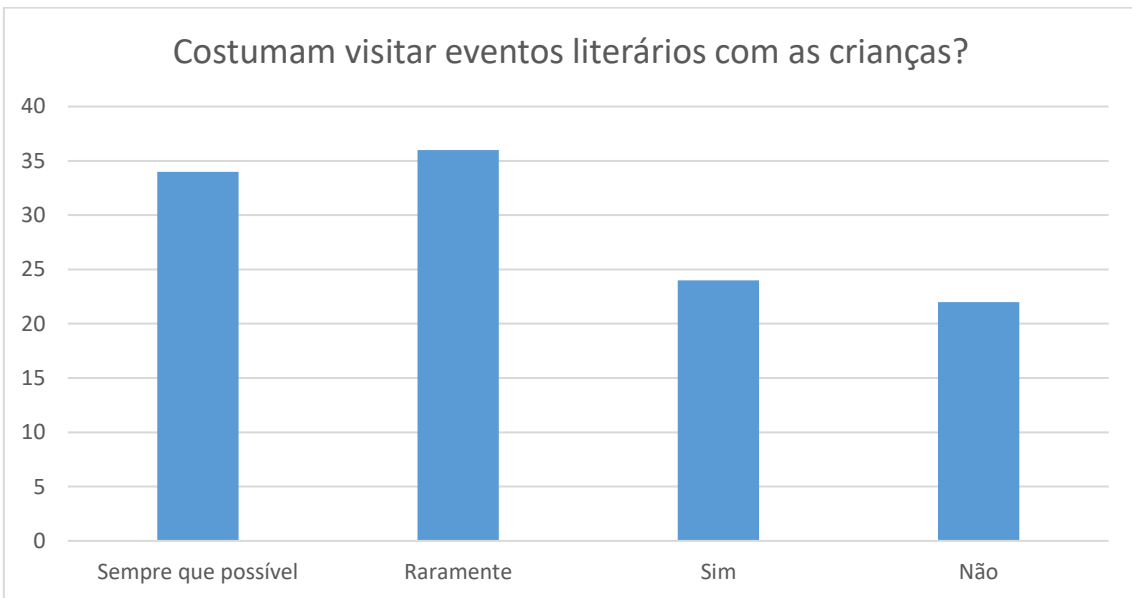
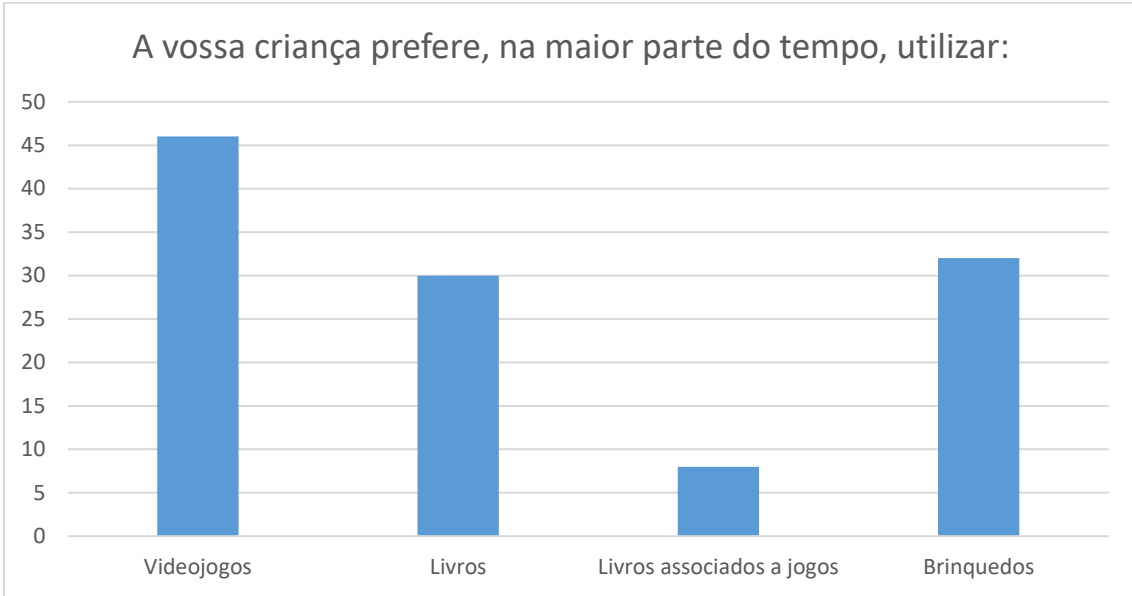


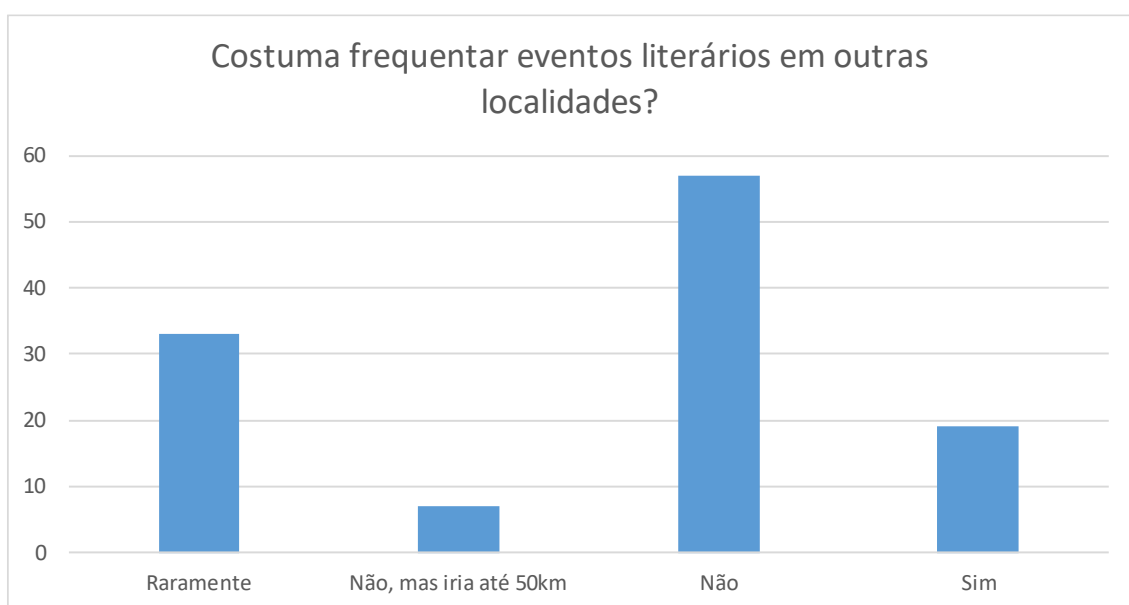
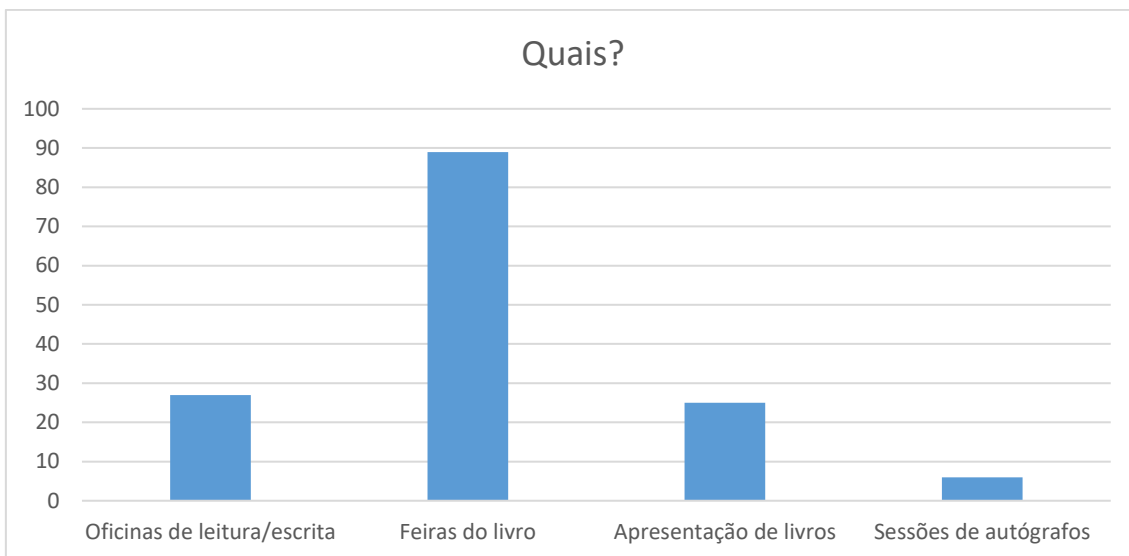




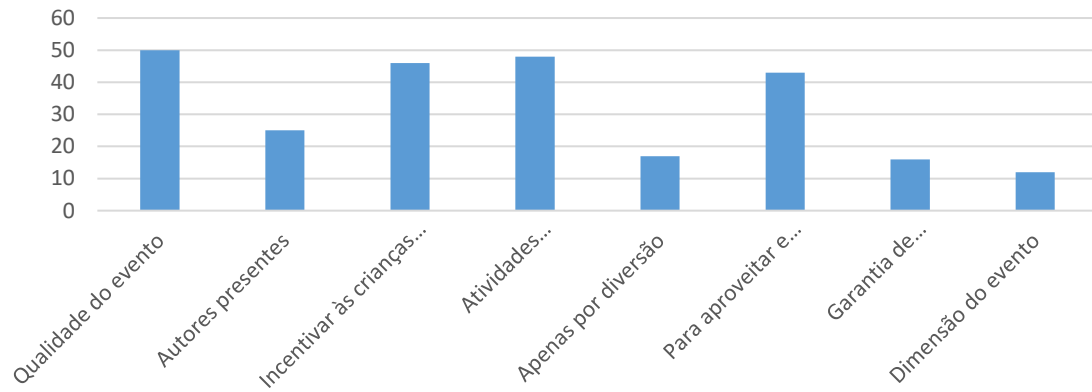


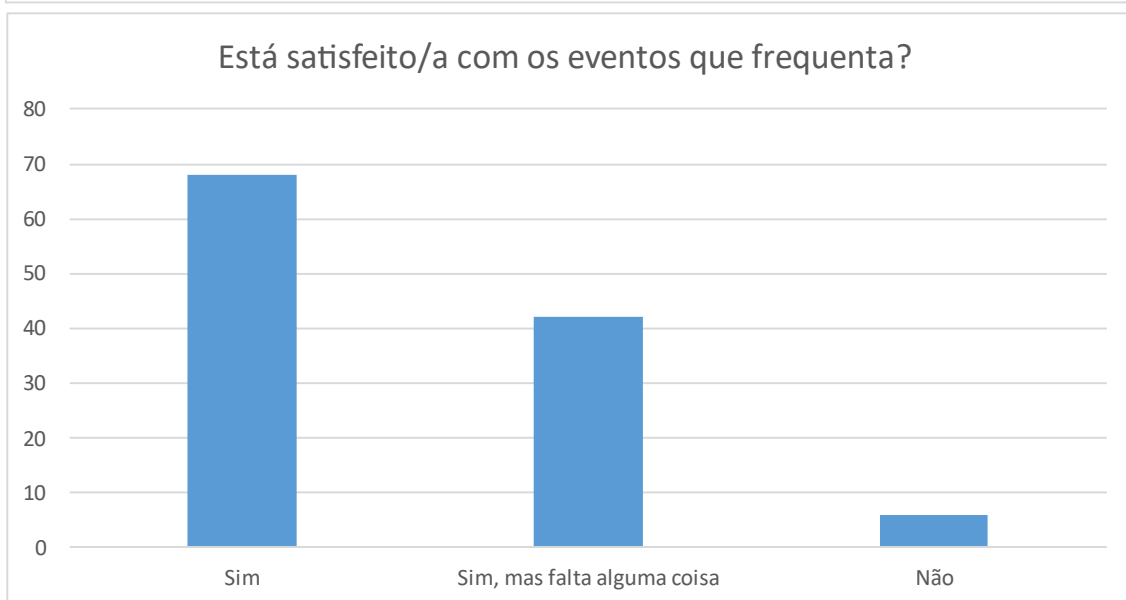
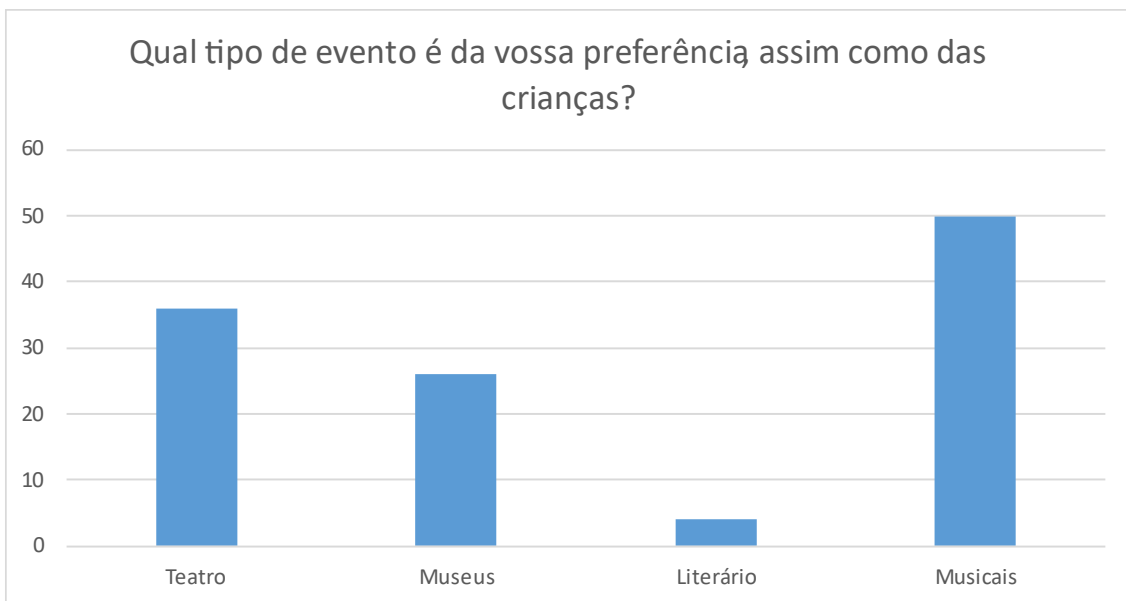






O que faria a vossa família deslocar-se para outra localidade para visitar um evento literário?





Com base na pergunta 22, gostaria de deixar alguma sugestão?
Sim, no geral
Há pouca divulgação de eventos
Maior variedade, acesso gratuito
Por falta de tempo e de informação (ou porque talvez não a procure ativamente) não tenho conhecimento da maior parte dos eventos organizados, na verdade, tirando a feira do livro, nem sei se costuma haver muitos eventos deste género. Para infelicidade minha, que sou uma leitora ávida, o meu filho não gosta muito de ler
Os livros deveriam ter um preço mais em conta, para podermos promover mais à leitura.
Sim estamos satisfeitos.... Podia haver mais
Devia haver mais eventos em número e diversidade de temáticas.

Na minha opinião existe pouca divulgação. Deveriam ser gratuitos para que todos usufruíssem.
Não frequente
não
Deveria haver mais divulgação, assim como, diversidade
Há pouca variedade de eventos.
Faltam mais eventos desta natureza
A resposta dirigida ao público infantil por parte de monumentos/museus não é entusiasta e/ou promotora no envolvimento da criança. Muitas D existe um panfleto para desenhar/colorir e pouco mais.
Dinâmicas
Acessibilidade do preço
Aumentar o nr de vagas, p.e., dificilmente consigo vaga para os eventos promovidos pela CMP na biblioteca Almeida Garrett
Faltam mais autores nas escolas, nas bibliotecas. Os autores não gostam, na sua maioria, de contar as suas histórias, mas há contadores de uma qualidade excepcional que merecem ser ouvidos e trazem magia às crianças. A história lida é fundamental para aquisição de muitas competências, mas, quando ouvem a história percebem que o seu imaginário é diferente do outro. Mais um passo no caminho longe do egocentrismo que, por força da evolução de muitos fatores, vivem as nossas crianças.
O preço dos bilhetes de musicais e teatro deveriam ser mais acessíveis.
não
Disponibilidade e compatibilidade.
Eventos com o intuito de incentivar a leitura e não a publicidade com o intuito de compra de livros nas escolas.
Não.
Era interessante criar eventos que conjugassem várias artes e de grande dimensão, porque um tipo de público arrasta outro.
No
Mais eventos musicais diurnos.
Falta de eventos
Não.
Em Portugal mais variedade e qualidade
Gostava que houvesse mais divulgação dos programas disponíveis para crianças.
São poucos e muito pouco publicitados, por vezes nem chega ao nosso conhecimento a sua existência.
Gostamos muito de ir a museus, castelo de Guimarães, conhecer mais a história de Portugal. Mas gostamos mais de ouvir histórias de princesas, animais onde interagem com as crianças e não só ouvir.
Espaço para comer, espaço de diversão

No geral, o que gostaria de ver mais nos eventos literários, no âmbito infantil?
Diversidade
Na minha operação nas escola devia haver mais incentivo a leitura, mas de uma forma diferente e divertida para incentivar mais os alunos

Incentivo
Sugestões para que em casa possam dar continuidade ao que viram, sentiram...
Entretenimento, e atividades que desperte a curiosidade das crianças nos livros.
Mais atividades lúdicas
Incentivos para com as crianças ao qual se motivasse o interesse pelos livros. Tipo teatral...
Teatro
Mais atividades de interação
Gostaria que houvesse mais atividades lúdicas, que infelizmente ainda escasseiam.
Mais frequentes
Atividades de interação
Formação lúdica, regras segurança, cultura geral, humor
Sim adoraria
Presença de autores e atividades que fomentem a escrita criativa.
A presença dos autores.
Gostaria que houvesse mais divulgação.
Interação com as crianças
Não tenho uma opinião formada.
Personagens
Apresentação da/o autor
Um curto teatro que representasse um excerto do livro em questão, poderia ser uma forma de as crianças terem mais interesse.
.
Histórias
Técnicas de incentivo á leitura
Sim
Mais divertimento e atividades ao ar livre.
Sim
-
Incentivo à leitura
Atividades de incentivo à leitura
Atividades lúdicas
Animação.
atividades
mais interação
Incentivo à leitura dos mais pequeninos
...
Sim, sem dúvida.
Atividades para as crianças
Apostar mais na divulgação deste tipo de eventos. Muitas vezes, tomamos conhecimento dos mesmos, depois de terem acontecido.
Gostaria de ver um maior envolvimento das crianças com leitura e teatro nestes eventos.
Não sei.

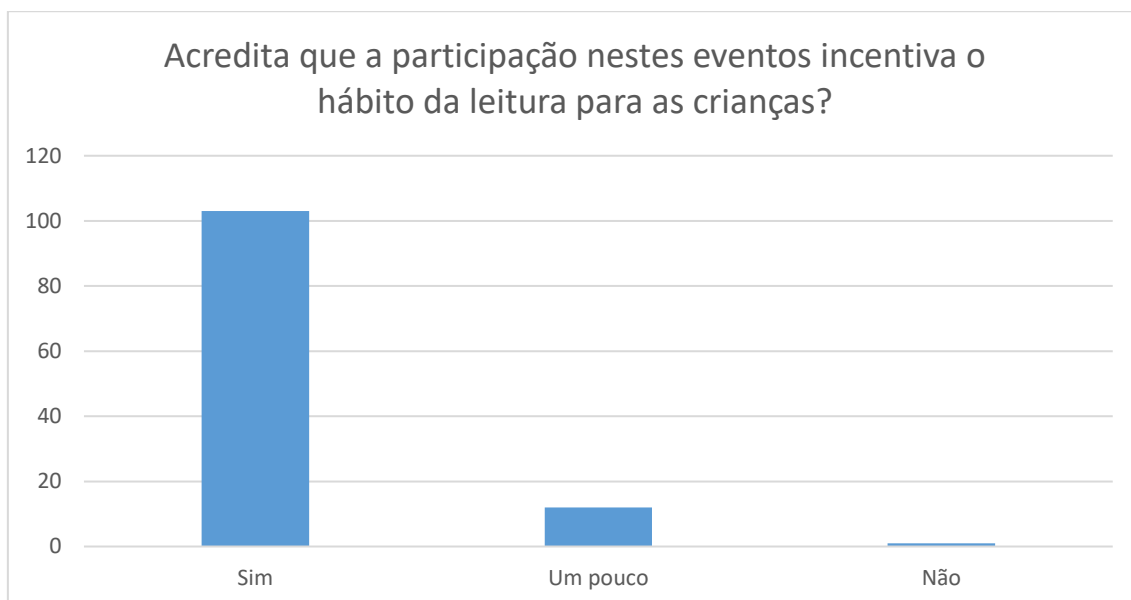
Espaços de interação entre as crianças e as famílias, com desafios que promovam a interação e mesmo a criação conjuntas.
Um maior envolvimento da relação criança e familiar que o acompanha nas atividades a ele dirigidas. Por x é de extrema importância que o adulto desenvolva a atividade para poder compreender a criança, mais do que simplesmente a “depositar” numa atividade.
Sim!
Mais dinamismo por parte das escolas ... atividades em grupo.
Atividades que envolvem as crianças
mais interação com as crianças e menos para os adultos
Acompanhado de teatro
Sim
Atividades e workshops
conversas com autores
Atividades lúdicas
Mais eventos ao ar livre
Aproveitamento das novas tecnologias para incentivar a leitura
Atividades lúdicas diversas/paralelas relacionados com o tema
Sim
Gostaria que os eventos literários não fossem desenhados como se de crianças de 2 anos sempre se tratassem. Há histórias, contos, teatros, desenhos que não tem um "final feliz" e isso contribui para o desenvolvimento da maturidade emocional da criança.
Falar com pais e crianças alto, em bebeguês e em "overacting" deve ser algo deixado para a faixa etária que gosta destes momentos... Crianças de 2/3 anos
Mas atividades lúdicas.
t
Espaço com brincadeiras e livros nesses mesmos espaços.
Atividades lúdicas.
Mais interação com as crianças que se encontram a assistir.
Atividades.
Já respondi.
.
.
atividades lúdicas
Atividades lúdicas
Autores a ler um pouco dos seus livros e falarem com as crianças.
Sim.
Interatividade com as crianças.
Divulgação de vários autores do mesmo gênero.
Mais eventos com workshops e leituras.
Não tenho certeza
Dramatizações
Sim
Teatro

Mais dinamismo
Sem opinião
.
Sim
Encenação de uma estória/história de livro.
Presença dos escritores, sessão de leitura e autógrafos, atividades interativas
Deveriam realizar se mais eventos de leitura e incentivo à leitura.
mais eventos literários
Atividades lúdicas
que a apresentação do livro exista uma interação multimédia ou teatral.
Sim gostaria
Multi approach that includes theatre, visuals, music. Creating an opportunity to read for the fun and love of reading, rather than because the children are forced to.
apresentações
Conciliar com outras atividades como oficinas de ilustração, leituras dramatizadas de livros, etc
Sim. É ótimo para os pequenos e com estas idades já têm outra forma de encarar os mesmos.
Dinamismo, interação com as crianças
Atividades de incentivo à leitura dos mais novos
Representações, teatro, música ou teatro musical. Concursos que envolvam a participação das crianças
Mais promoção
Mais atenção às crianças para incentivo à leitura
Nada a assinalar. Costuma mm ir autores várias vezes por ano à escola apresentar livros/obra
Atividades lúdicas, que não de leitura, mas que chamem as crianças para o mundo imaginário dos livros, aguçando a curiosidade para explorar os livros.
Ensino de leitura de qualidade
Workshops
Histórias infantis de animais (coelhos, lobos), contadas com gestos, materiais para as crianças tocarem.
Histórias das princesas, super-heróis.
Workshops temáticos relacionados as literaturas e musicais sobre as histórias dos livros em destaque
Diversões
Eventos mais criativos e com figurinos ilustrativos da história
Não sei
Atividades lúdicas
Alguma interação da literatura com outras artes, como teatro, marionetas, projeção de imagens, etc.
Sim
Mais incentivos
Mais workshops

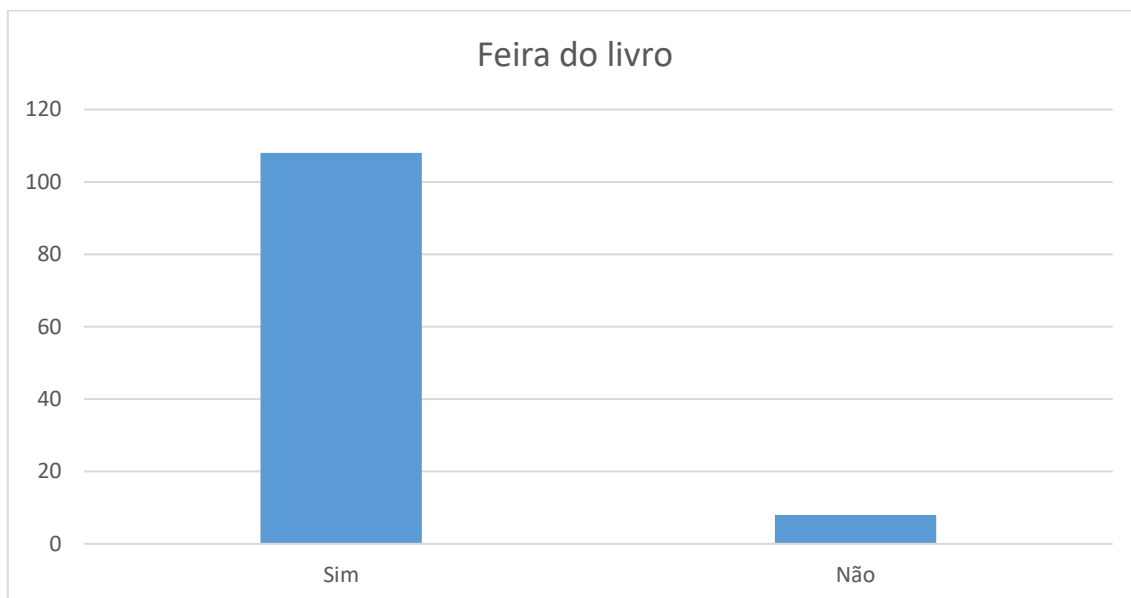
Sim e para uma faixa etária mais alargado. O foco é habitualmente até aos 8/10 anos e depois desta idade não há oferta (tenho filhos de 10, 15 e 16 anos) atrativa para os jovens

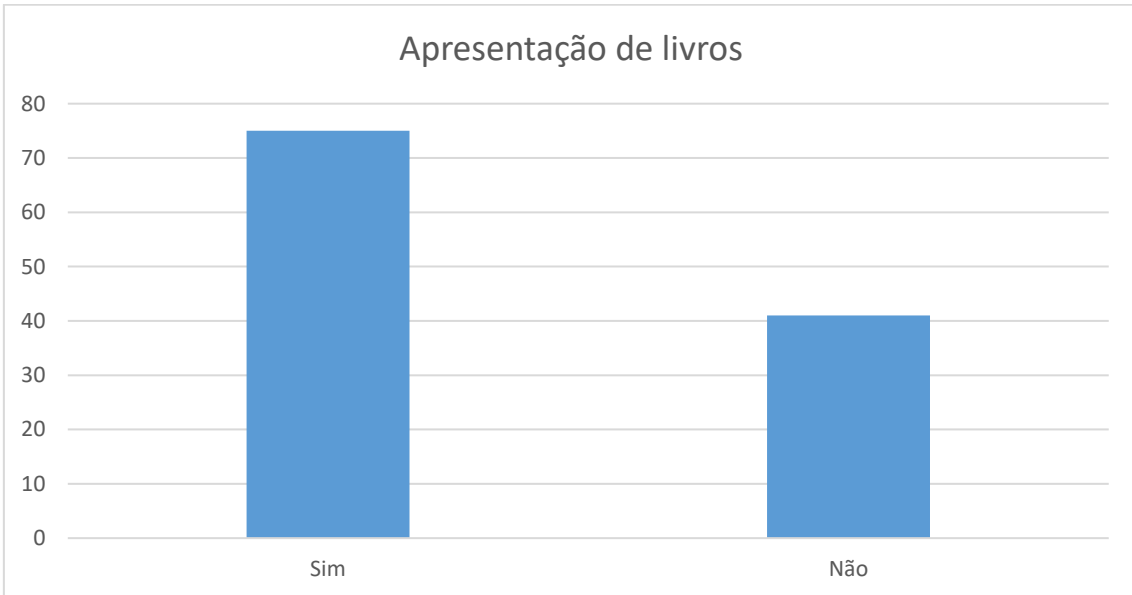
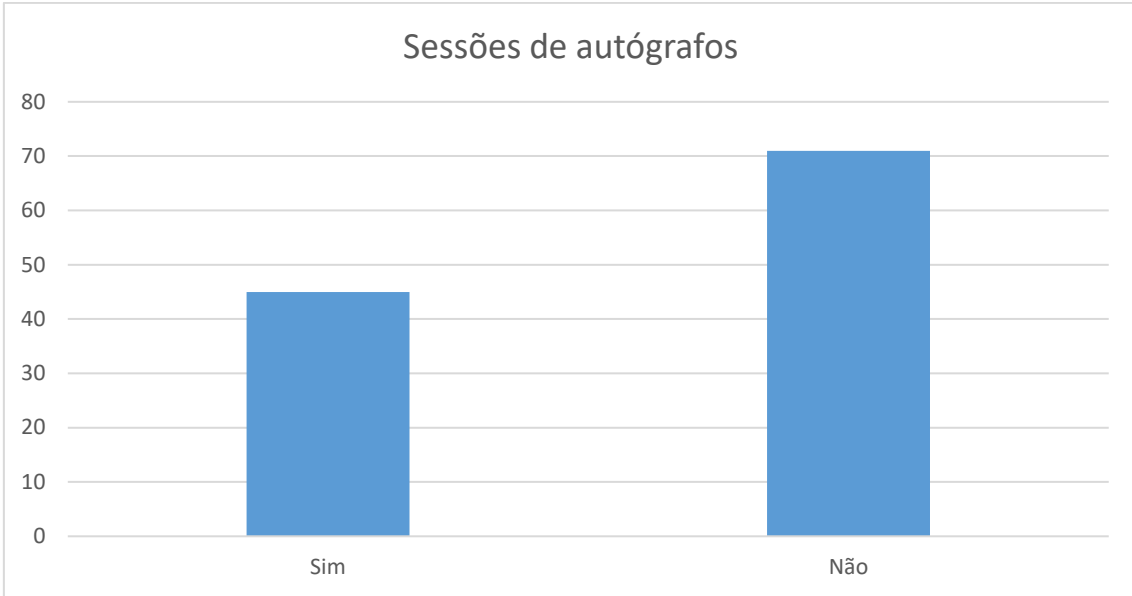
Ofertas brindes

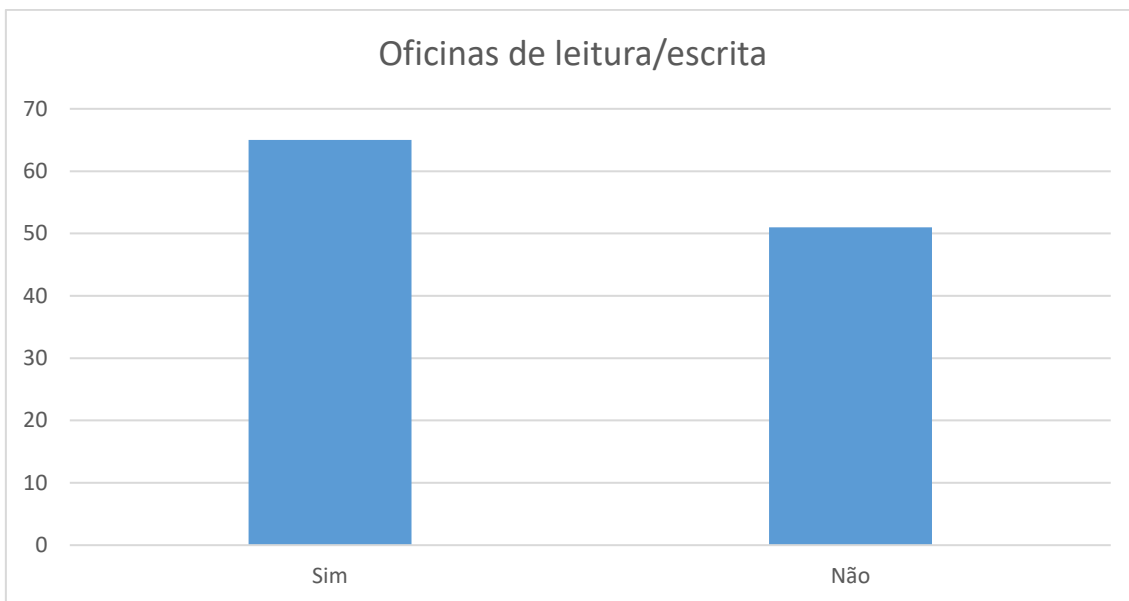
Sim



A vossa família frequenta ou já frequentou?







Assinale o grau de importância que considera adequado a cada um dos tópicos abaixo:

Considerar a seguinte ordem, de 1 a 5, da esquerda para a direita: Nada importante – Pouco importante – Moderado – Importante – Muito Importante

