



Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas
2018

**ISABEL CRISTINA
FONSECA E COSTA**

**EDIÇÃO E COMUNICAÇÃO CULTURAL NO BAIRRO
DOS LIVROS: RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

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.

Dedico este trabalho à minha família, por nunca permitir que eu duvidasse da minha capacidade de cumprir todos os objetivos a que me propunha.

o júri

presidente

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

vogais

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

Professor Doutor Pedro Manuel Reis Amado
Professor Auxiliar da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

agradecimentos

Agradeço à equipa do Bairro dos Livros por me receber com tanto carinho e vontade de ensinar. Ficarei eternamente grata pela amizade com que fui acolhida naquela que foi a minha primeira experiência no meio editorial. Não tinha expectativas e, no entanto, foram todas superadas.

À Professora Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez Mesquita, pela sua orientação, disponibilidade e compreensão.

Mais uma vez, à minha família, pelo incansável apoio. Ao Fábio, por tudo.

palavras-chave

Bairro dos Livros, estudos editoriais, livro, edição de autor, revisão textual, tradução, comunicação editorial.

resumo

O presente trabalho propõe-se apresentar a editora Bairro dos Livros, situando o seu modelo de negócio no meio editorial contemporâneo. Procura explorar, sucintamente, o conceito de «edição de autor», com o propósito de descobrir de que forma a estratégia de publicação desta editora se relaciona com e/ ou se distingue daquelas referidas neste relatório. Aborda ainda a questão do «modelo híbrido» como solução cada vez mais corrente para a manutenção da sustentabilidade de uma pequena editora. Por fim, pretende também refletir sobre as atividades por mim desenvolvidas durante o estágio curricular, decorrido entre setembro de 2017 e março de 2018, no âmbito do Mestrado em Estudos Editoriais. Estas tarefas, graças à pluralidade de serviços oferecida pelo Bairro dos Livros, abrangeram várias áreas relacionadas com a edição (nomeadamente a produção e revisão textual, a tradução, a coordenação editorial, o *design*, a paginação e a organização de eventos culturais e outras ações de comunicação), resultando num proveitoso e relevante confronto entre o conhecimento teórico e a experiência prática.

keywords

Bairro dos Livros, publishing studies, book, self-publishing, copy-editing, translation, communication.

abstract

The purpose of this internship report is to present the publishing house Bairro dos Livros and to situate its business model within the contemporary publishing industry. It seeks to explore, briefly, the concept of “self-publishing”, in order to discover the ways in which the publication strategy of this publisher relates to and/ or differs from those mentioned in this report. It also addresses the matter of a “hybrid model” as an increasingly common solution for maintaining the sustainability of a small publishing house. It also aims to describe and critically analyse the tasks accomplished during the curricular internship, which took place between September 2017 and March 2018, as part of the master's degree in publishing studies. These projects, due to the range of services offered by Bairro dos Livros, covered several areas related to editing (namely text production, copy-editing, translation, editorial coordination, design, book pagination and the organization of cultural events and other communication activities), resulting in a useful and relevant contrast between theoretical knowledge and practical experience.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	15
INTRODUÇÃO	17
1. BAIRRO DOS LIVROS	19
1.1. EDITORA BAIRRO DOS LIVROS	23
1.2. CATÁLOGO & COLEÇÃO “BAIRRO DOS LIVROS”	31
1.3. EVENTOS E ANIMAÇÃO CULTURAL & COMUNICAÇÃO	38
2. ESTÁGIO CURRICULAR – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	41
2.1. EDIÇÃO E COMUNICAÇÃO EDITORIAL	43
2.1.1. <i>REVISTA PONTES DE VISTA 3</i> – Coordenação editorial e revisão de texto.....	43
2.1.2. <i>LIVRARIA LELLO</i> – Pesquisa e seleção de conteúdo e revisão de texto.....	48
2.1.3. <i>CRÓNICAS DO BAIRRO</i> – Recolha e organização de conteúdo e revisão de texto	58
2.1.4. <i>PORTO: MAPA DO BAIRRO</i> – Pesquisa e produção de conteúdo, tradução, edição e revisão de texto e organização do lançamento do livro	60
2.1.5. <i>ERA UMA VEZ</i> – Revisão de texto e organização do lançamento do livro	64
2.1.6. <i>ECDISE</i> – Recolha e organização de conteúdo, edição e revisão de texto	66
2.1.7. <i>AS RECEITAS DA MINHA BISAVÓ & OS POEMAS DO MEU BISAVÔ</i> – Pesquisa e tratamento de imagens, <i>design</i> e paginação	68
2.1.8. <i>BRASIL, MEU AMOR</i> – Revisão de texto	69
2.1.9. <i>DE PORTUGAL A MACAU</i> – <i>Design</i> da capa e paginação dos elementos peritextuais	71
2.2. ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.....	73
2.2.1. JANTAR LITERÁRIO – SAGA <i>HARRY POTTER</i>	73
2.2.2. <i>O ROSTO DO PORTO</i> & 112.º ANIVERSÁRIO DA LIVRARIA LELLO	80
2.3. TAREFAS PONTUAIS.....	86
2.3.1. COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO DE EVENTOS	86
2.3.2. TRADUÇÃO DE CONTEÚDOS <i>WEB</i>	89
2.3.3. GESTÃO DA <i>NEWSLETTER</i>	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97
WEBSITES CONSULTADOS.....	101
ANEXOS	103
ANEXO I – Seleção de fotografias do evento “Bairro dos Livros”	105

ANEXO II – Catálogo do Bairro dos Livros	109
ANEXO III – Texto para a contracapa do <i>Mapa do Bairro</i>	111
ANEXO IV – Capa e <i>layout</i> dos livros <i>As receitas da minha bisavó & Os poemas do meu bisavô</i>	113
ANEXO V – Comparação do índice e da capa entre a edição digital e a impressa de <i>De Portugal a Macau: Filosofia e Literatura no diálogo das culturas</i>	115
ANEXO VI – Carta de convite aos convidados do Jantar Literário <i>Harry Potter</i>	117
ANEXO VII - Ementa e marcador de bengaleiro para o Jantar Literário <i>Harry Potter</i> ..	119

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 – Três Estratégias Genéricas (Porter, 1985, p. 12)	33
FIGURA 2 – Capa do <i>Mapa do Bairro</i> , Bairro dos Livros (2018)	36
FIGURA 3 – Passos para desenvolver comunicações efetivas (Kotler & Keller, 2012, p. 482).....	38
FIGURA 4 – Ilustração da equipa Bairro dos Livros (Catarina Rocha, Minês Castanheira, Paulo Brás e Isabel Costa, respetivamente). Autoria: Clara Não	41
FIGURA 5 – 800 Anos de Língua Portuguesa, <i>Revista Pontes de Vista</i> , 2015	44
FIGURA 6 – <i>Sem título, (estudo de pormenor para a pintura "Galgos")</i> , de Amadeo de Souza-Cardoso	47
FIGURA 7 – Dia da inauguração da Livraria Lello, a 13 de janeiro de 1906.....	48
FIGURA 8 – Capa do segundo volume do livrete <i>Livraria Lello: uma breve história da livraria mais bonita do mundo</i> (Bairro dos Livros, 2017)	50
FIGURA 9 – <i>Almanaque Lello</i> , 1929	53
FIGURA 10 – <i>Catálogo</i> (sem data) e <i>Preçário da Livraria Chardron</i> (1926).....	54
FIGURA 11 – Medalhas de homenagem aos irmãos Lello	55
FIGURA 12 – <i>Crónicas do Bairro</i> , 2018	58
FIGURA 13 – Lançamento do <i>Porto: Mapa do Bairro</i> (12/05/2018)	64
FIGURA 14 – Lançamento de <i>Era Uma Vez</i> , de Sara Silva Natária (30/09/2017).....	66
FIGURA 15 – <i>Brasil, Meu Amor</i> , 2018.....	70
FIGURA 16 – Jantar <i>Harry Potter</i> : o salão de jantar	74
FIGURA 17 – Jantar <i>Harry Potter</i> : sala comum de Gryffindor.....	75
FIGURA 18 – Jantar <i>Harry Potter</i> : dementor.....	76
FIGURA 19 – Jantar <i>Harry Potter</i> : butterbeer	76
FIGURA 20 – Jantar <i>Harry Potter</i> : Free Dobby.....	77
FIGURA 21 – Jantar <i>Harry Potter</i> : Pin a Nose on Voldemort	78
FIGURA 22 – Organização tradicional versus Organização empresarial moderna orientada para o cliente (Kotler & Keller, 2012, p.124)	79
FIGURA 23 – <i>O Rosto do Porto</i> : bustos	80
FIGURA 24 – <i>O Rosto do Porto</i> : escultura do busto do arquiteto Siza Vieira	80
FIGURA 25 – <i>O Rosto do Porto</i> : montagem da composição de livros	81
FIGURA 26 – <i>O Rosto do Porto</i> : instalação de arte	82
FIGURA 27 – Inauguração d' <i>O Rosto do Porto</i> & 112.º Aniversário da Livraria Lello. ..	82
FIGURA 28 – Fotografia tirada aos convidados na icónica escadaria da Livraria Lello, no dia da sua inauguração, a 13 de janeiro de 1906.....	83
FIGURA 29 – Oficina <i>Live Act</i>	84
FIGURA 30 – Montra de Natal da Livraria Lello: <i>Papiers à Être</i> (2017).....	86
FIGURA 31 – Serenatas de São Valentim no Mercado Bom Sucesso (14/02/2018).....	88
FIGURA 32 – <i>Chá das 5</i> no Museu da Chapelaria (20/05/2018)	89

INTRODUÇÃO

O presente relatório pretende apresentar e refletir criticamente sobre as atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular decorrido no Bairro dos Livros entre 12 de setembro de 2017 e 28 de março de 2018, como passo final do Mestrado em Estudos Editoriais. Tem como principal objetivo resumir a minha experiência, debruçando-se sobre os seis meses em que fiz parte da equipa desta editora, e analisá-la com base nos conhecimentos adquiridos durante estes dois anos de Mestrado.

Acredito que o estágio foi, pessoalmente, a melhor opção para completar esta formação, ao obrigar-me a confrontar a perspetiva teórica com a prática. Foi esta expectativa de encontro com a realidade do meio editorial que me levou a preferir o estágio à dissertação ou ao projeto que, ainda que possam resultar em excelentes contributos de investigação, não iam ao encontro do plano que havia estabelecido aquando da minha entrada neste Mestrado.

A minha experiência anterior limitou-se a um trabalho temporário no armazém da Porto Editora que, ainda que tenha desvendado certos aspetos sobre as responsabilidades e adversidades do mundo editorial, respeitantes às fases do ciclo do livro que sucedem ao trabalho mais criativo de produção, não foi suficiente para me “formar” na produção editorial propriamente dita nem em domínios como o da comunicação do livro, que me merece grande interesse.

A oportunidade no Bairro dos Livros resultou da minha curiosidade sobre este projeto, que combina a edição com a organização de eventos culturais e ações de *marketing* ligadas a livrarias e outros organismos culturais. Inicialmente, tive dúvidas sobre as vantagens de estagiar com uma pequena editora, tendo tido algum receio de prejudicar o meu currículo ao abdicar de uma experiência numa empresa reconhecida. Depois de falar com a Catarina Rocha (Presidente da Direção), tomei a minha decisão final e, hoje, sei que foi a correta, pois este estágio permitiu-me desenvolver competências em várias áreas, através de um envolvimento que penso que não seria possível numa grande editora. Rapidamente me apercebi que não se tratava de um estabelecimento convencional, razão pela qual devo esclarecer que este relatório pretende também espelhar um pouco dessa natureza, a qual contagiou, inevitavelmente, a minha própria atitude face às tarefas que me eram atribuídas.

Este trabalho está dividido em duas partes principais: na primeira, é feita uma apresentação do Bairro dos Livros, cuja atividade procuro enquadrar no panorama atual da

edição portuguesa, abordando os seus serviços de edição, produção de eventos e comunicação; na segunda parte, passo à exposição das atividades desenvolvidas, divididas em “Edição e Comunicação Editorial” e “Organização de Eventos”. Descrevo depois “Tarefas Pontuais”, relacionadas com trabalhos nos quais participei mais lateralmente, mas que contribuíram também para a minha aprendizagem. Nos anexos, coloquei uma seleção de fotografias de eventos que penso refletirem a natureza da iniciativa que estive na origem desta empresa, bem como o catálogo de obras publicadas pelo Bairro dos Livros. Incluo também um texto que resultou do meu envolvimento em produção de conteúdo e respetiva tradução para inglês. Por último, junto alguns dos trabalhos produzidos em estágio, particularmente relacionados com *design* e paginação, para melhor ilustrar o seu desenvolvimento.

Importante será referir que o sucesso desta etapa final do Mestrado apenas foi possível graças à orientação que recebi da equipa do Bairro dos Livros, que procurou incluir-me em tudo aquilo que considerou que poderia ser relevante para a minha formação, pondo-me a par de toda a sua história e partilhando comigo os seus princípios e o seu projeto. O contínuo trabalho de equipa, a partilha de responsabilidades e a (surpreendente) confiança que foi depositada nas minhas capacidades são os principais motivos que me levam a apresentar este relatório com inabalável orgulho. Também o profissionalismo e acompanhamento de todos os docentes que fizeram parte deste meu percurso foram essenciais para um início seguro de uma carreira no setor editorial e livreiro.

1. BAIRRO DOS LIVROS

“O Bairro tem o tamanho que precisar de ter.”

Minês Castanheira

O Bairro dos Livros abriu as portas ao Porto há cerca de sete anos atrás, no dia 07 de abril de 2011, pelas mãos de Isabel Rocha, Catarina Rocha e Inês Castanheira. Inicialmente, foi pensado como um evento a ser realizado mensalmente, nascido do desejo de divulgar o livro e a leitura, mas também com vista a dar visibilidade às livrarias e alfarrabistas da cidade, organizando ações que garantissem o seu envolvimento e o seu destaque, de forma a incidir um holofote de interesse cultural nesse património portuense. Quando o projeto foi lançado, a comunicação social não ficou indiferente: “Vem aí o *Bairro dos Livros* [...] A partir de amanhã, todos os segundos sábados de cada mês será o dia de ir ao Bairro”, anuncia o *Destak* (Madureira, 2012); “Há um novo fôlego na vida editorial do Porto”, declara a Revista *LER* (2012, n.º 113); “Todos os caminhos vão dar hoje ao ‘Bairro dos Livros’”, lê-se no *Jornal de Notícias* (Almeida S., 2012); e muitas outras entidades dos média local e nacional, incluindo o *Expresso*, a Antena 1, o *Público*, o *Sol*, a *Visão*, a *Time Out Porto*, anunciaram a iniciativa. No dia seguinte à primeira edição, o Professor Marcelo Rebelo de Sousa fala sobre o Bairro dos Livros durante o seu segmento no Jornal das 8 da TVI, “Comentários do Professor Marcelo Rebelo de Sousa” – “«[...] Tivemos a certeza de que o trabalho que estávamos a fazer fazia sentido. Não era só na nossa cabeça», recorda Maria Inês Castanheira” (Pereira, 2012).

Este negócio, incubado no Pólo de Indústrias Criativas da UPTEC, pode ser encarado como uma força de resistência contra a tendência global da indústria livreira, observada particularmente a partir dos anos sessenta do século XX. O aparecimento de grandes superfícies comerciais e de cadeias de livrarias, com grande capacidade negocial, constituiu um ponto de viragem significativo para o setor de retalho de livros e criou um desafio para as organizações livreiras e editoriais independentes (Neves *et al*, 2014, pp. 22-23): como sobreviver face ao superior poder de produção, distribuição e alcance destes grandes grupos? Exatamente por ser reconhecido o valor que estes negócios mais pequenos têm na preservação e divulgação da importância do livro, e também para “assegurar a diversidade cultural e a pluralidade editorial”, este ramo da indústria “tem sido objecto de preocupação,

estudo e atuação por parte de académicos, associações profissionais no âmbito do livro” (*ibidem*, pp. 24-25).

Parece ser esse o propósito desta iniciativa: proteção dos templos de livros, estejam eles representados em lojas ou nas ruas do Porto. “Bairrismo” é um nome masculino que ganha formas femininas neste Bairro, “porque mesmo os homens que cá há são/ mulheres a ter livros como filhos/ na cabeça, na barriga, nas costas”, assevera Paulo Brás no prefácio da mais recente adição à Coleção Bairro dos Livros (versos 14-16) (Rocha *et al*, 2018, p. 4). Este nome pode simplesmente significar uma afeição de alguém em relação ao seu bairro ou, de forma mais depreciativa, um modo de pensar e agir limitado, reduzido. No entanto, para as três bairristas que fundaram este projeto, trata-se de uma atitude interventiva e defensiva, tudo menos excludente: “O Bairro é de todos”, afirma Minês Castanheira (Marques S.M., 2014). E como faz notar Hélder Pacheco:

O Porto é cidade de bairros [...] Se já existe um Bairro das Artes, por que razão não há-de haver um bairro de livros, livreiros e livrarias? Bela ideia para tempos em que, para resistir à adversidade, se impõem a coragem da determinação e a oportunidade da iniciativa (2012, p. 19).

O Bairro é de todos, mas quem quererá fazer parte dele? Os hábitos de consumo dos portugueses estão a mudar e a favorecer, cada vez mais, o comércio tradicional (Almeida O., 2017). Este fenómeno é atribuído maioritariamente ao crescimento do turismo e ao envelhecimento da população, mas poderá ser também reflexo de mudança de valores? Ou, antes, de uma reafirmação de valores tradicionais? Talvez seja essa a razão do sucesso desta iniciativa: “quando partilhas essa paixão [...] as pessoas sentem”, atesta Isabel Rocha (Marques S.M, 2014). E as pessoas sentiram, de facto, o que permitiu que este Bairro angariasse afetos um pouco por todo o lado e construísse uma rede de contactos que inclui livreiros, alfarrabistas, artistas plásticos, poetas, jornalistas, músicos, *designers*, ilustradores e tantos mais quantos os que forem precisos. “Reading and shopping have never been a good match – I would say they are opposites”, defende Matthew Stadler (2016, p. 14), “[a]s the publishing industry struggles to configure new sites of shopping [...] vibrant new communities of reading emerge, both online and in small-run printed books [...] for those of us who are sick and tired of shopping, this is a remarkable time rife with opportunity”.

Durante três anos, de 2012 a 2015, o Bairro marcou a sua posição como um evento dinamizador, que deu palco a diferentes panoramas artísticos do Porto, com o objetivo de “celebrar o livro, promover a leitura e abrir as livrarias a uma programação cultural gratuita para todos os públicos” (Rocha *et al*, 2018, p. 8), organizando ações inovadoras e originais por toda a cidade, no segundo sábado de cada mês. Estas refletem a evolução deste projeto, desde uma simples ocorrência mensal até se tornar num acontecimento com maior poder de mobilização e atração.

O *Porto: Mapa do Bairro*, editado pelo Bairro dos Livros, dá conta de cada uma das edições, ilustradas com representações humorísticas das mesmas. Destaco algumas das mais originais, tal como estão descritas nesse livro, de forma a melhor demonstrar a natureza deste evento, que tinha como mote “Ler é” (*ibidem*, pp. 8-118): na primeira edição “Ler é Perigoso”, em abril de 2012, leu-se poesia um pouco por toda a cidade; em setembro desse mesmo ano, houve o 1.º Festival do Livro nos Jardins do Palácio de Cristal (Anexo I); depois, em novembro, o grupo de teatro da Faculdade de Letras da Universidade do Porto Máscara Solta percorreu uma seleção de textos de autores portugueses dentro de um elétrico. No “Ler é Mágico”, festejou-se o Natal no antigo edifício AXA, na Avenida dos Aliados, com o segundo Festival do Livro (Anexo I). Em março de 2013, foi organizada uma manifestação poética em homenagem ao escritor Manuel António Pina onde, em vez de palavras de ordem, se gritaram versos. Em julho, numa altura em que a cidade do Porto corria o risco de ficar sem a habitual Feira do Livro, foi organizada a Letras na Avenida, uma iniciativa alternativa (Anexo I). A festa de Natal nesse ano teve lugar no Mercado Bom Sucesso, que acolheu um novo festival que contou com *performances*, teatro, debates, apresentações de livros, animação, música, oficinas, horas do conto, coros infantis e comunitários e encontros de escritores (Anexo I). Em abril de 2014, celebrou-se a história do Bairro dos Livros entre as ribeiras do Porto e de Gaia através da leitura de textos lidos ao megafone, num acontecimento onde houve papagaios de poesia. No Clube dos Fenianos, o Bairro criou uma pista de dança idêntica à que o espaço chegou a acolher em festas no princípio do século XX e, em julho, houve um novo Festival do Livro sob as arcadas do Mercado Bom Sucesso (Anexo I), com o “Ler é Rockar”. Dois meses depois, o Jardim Botânico foi munido de poemas e textos, lidos enquanto se praticavam atividades físicas, como o *yoga* e, em dezembro, fixaram-se livros iluminados nas varandas e candeeiros da zona histórica da cidade em “Ler é Voar”. A última edição, “Ler é...”, em abril de 2015, marcou a comemoração do 4.º aniversário do

evento e o lançamento de uma nova revista de filosofia e literatura, a *Pontes de Vista*, e ainda o lançamento do livro *Goiabada Cascão*, de Marisa Oliveira.

1.1. EDITORA BAIRRO DOS LIVROS

No papel de entidade editorial, podemos encontrar no *website* do Bairro dos Livros uma apresentação dos serviços que esta oferece: Edição de Autor; Coordenação Editorial; Revisão e Tradução; *Design* Gráfico; Paginação e Impressão; Coleção Bairro dos Livros (“Serviços”, s.d.). Portanto, podemos inferir que a própria editora assume que a sua estratégia de publicação se centra na edição de autor – mas será esta a denominação correta?

A edição de autor, também designada como autopublicação (*self-publishing*), tornou-se uma estratégia cada vez mais adotada por autores, particularmente por aqueles que não escrevem com a expectativa de serem capazes de se sustentar apenas com o lucro que poderão, ou não, obter através dessa atividade; na verdade, é provável que mantenham outras carreiras à parte (Phillips, 2014, p. 1). É cada vez mais raro que um autor seja “descoberto” por uma editora convencional que queira publicar o seu trabalho: não só as probabilidades de o trabalho um novo escritor, nunca antes publicado, chamar a atenção de uma casa editorial se mantêm baixas, como muitas destas não aceitam, hoje em dia, receber manuscritos que não sejam solicitados. Neste sentido, a figura do agente literário poderá servir como uma ligação vantajosa entre um autor e uma editora, promovendo a sua obra e negociando melhores condições com a empresa que é ou virá a ser responsável pela sua publicação. Mas não só: o simples facto de existir agenciamento poderá servir como mais-valia para o seu estatuto como figura profissionalizada. Se no universo editorial anglo-saxónico contratar um agente literário se tornou tão comum como qualquer outro passo a ser tomado na cadeia de valor do livro, na Europa continental a realidade já não é a mesma: os agentes literários são, na verdade, muito menos solicitados. Angus Phillips (*ibidem*, p. 2) afirma que este facto pode dever-se à diferença entre o mercado globalizado da publicação em inglês e o mercado europeu continental, onde se move geralmente menos dinheiro. Em França, por exemplo, quando os primeiros agentes literários surgiram durante a década de 90 do século XX, havia receio de que estes viessem destabilizar a indústria de publicação francesa, bem como alterar e/ ou destruir a relação “sacrossanta” entre autor e editor. Uma década depois, o autor americano Jonathan Littell decide usar um agente para vender a sua obra premiada *Les Bienveillantes* (2006) a uma editora francesa, mantendo os direitos da mesma noutras línguas. Sobre o burburinho que causou no meio literato francês, disse o seguinte: “In the Anglo-Saxon world if you want to publish a book, you look for an agent first. So I never

thought to do anything else”. Sobre o sistema europeu continental acrescenta ainda: “That system has a cost. In France, barely any authors make a living; the entire chain profits from the book, except the writer” (*apud ibidem*, p. 2-3).

Em Portugal, não é frequente falar-se sobre agenciamento literário. Ilídio Matos (n. 1926 – m. 2013) foi, durante vários anos, o único agente português a exercer essa profissão a tempo inteiro, trabalhando com editoras internacionalmente reconhecidas, como a Penguin americana, a Doubleday, a Diogenes e a Rowohlt. A sua carreira como agente teve início no final dos anos 1960 e, entre os primeiros autores que representou em Portugal, encontram-se personalidades como Agatha Christie, Rex Stout ou Ellery Queen, sendo que a sua carreira como agente teve início no final dos anos 1960. Através de contactos que terá estabelecido enquanto trabalhou com o jornal inglês *Daily Mirror*, foi convidado para ser representante em Portugal da Curtis Brown, uma das agências literárias mais prestigiadas a nível internacional. Ainda assim, manteve a sua carreira no Banco de Portugal até chegar a altura de se aposentar – a partir daí, pôde dedicar-se exclusivamente ao agenciamento, mas não sem dificuldades: a crise no sector editorial fez-se sentir e apenas lhe foi possível manter o negócio graças à reforma que recebia (Queirós, 2013). Em 2014, surge a Bookoffice, chancela da Booktailors, que se apresenta como

a primeira agência portuguesa de serviços ao autor para a área editorial, numa lógica de acompanhamento integral do autor (360°). Desenvolvemos um acompanhamento personalizado e fazemos questão de estar presentes em todos os momentos, da negociação de direitos à leitura acompanhada durante o processo de escrita, de *media training* à promoção e gestão de agenda (“Agenciamento”, s.d.).

Até à data, representa mais de 30 autores, e Paulo Ferreira, agente literário e fundador da Booktailors, afirma que têm tido muito sucesso na venda de direitos ao mercado internacional, que se tem mostrado muito recetivo a escritores portugueses: “Há separação: o autor fala com o editor do ponto de vista criativo editorial; tudo o que é negócio, deixa para nós e nós depois tratamos de [...] exportar, exportar os nossos autores”, explica ainda sobre a forma como atuam (RTP, 2014).

Face às dificuldades com que os escritores se deparam ao tentarem ser publicados através dos trâmites convencionais (e porque é devido a obstáculos que surgem alternativas e

soluções), é compreensível que tenham procurado e criado novas formas de partilhar o seu trabalho – uma delas foi a autopublicação, que não é, de forma alguma, um procedimento recente:

In the 1620s Johannes Kepler not only printed his own work, he disguised himself as a peddler and traveled to the Frankfurt Book Fair to sell it [...] Friedrich Nietzsche took the text of *Beyond Good and Evil* into his own hands and published an edition of six hundred copies (Germano, 2001, p. 9).

Se antes poderia ser desconsiderada como sendo uma mera *vanity publication* (Phillips, 2014, p. 4), hoje é encarada como uma estratégia legítima e comum para um autor que queira encontrar independência dentro do mercado livreiro. Consequentemente, muitos autores escolhem publicar a sua própria obra, na esperança de encontrar a sua audiência mesmo sem o apoio de editoras. Entre as variadas formas de autopublicação encontramos os *ebooks* ou a partilha de textos em *websites* comunitários, o que oferece maior liberdade criativa e poder de decisão. Algumas destas plataformas pertencem até a grandes grupos editoriais – como a Author Solutions, comprada pela Penguin 2012 – e podem agir como rampas de lançamento que acabam por resultar na publicação em suporte de papel. Em Portugal, encontramos opções como a Escrytos, da LeYa, ou a Autopublicação, da Sociedade Portuguesa de Autores. O sucesso destas plataformas prende-se também com a maior percentagem de lucro que o autor recebe das vendas da sua obra em *websites* como a Amazon, devido ao facto de não existir a intervenção de uma editora neste processo. Ainda assim, para a maioria dos autores continua a ser incomportável depender apenas das vendas das suas obras *online*, e apenas um pequeno número encontra verdadeiro sucesso por esta via. Além disso, muitos autores bem-sucedidos neste meio preferem finalmente assinar com uma editora, afirmando que o esforço que a autopublicação exige lhes retira o tempo e a energia necessários para fazer aquilo que afinal mais gostam – escrever (*ibidem*, pp. 4-7).

Self-publishing lets authors not only control 100% rights, but also assume 100% responsibility for the contents of their works, of course, as well as receive 100% profits. Because of the characteristics of self-funding, the authors have right to

choose their partners and methods of cooperation, while the authors' personal benefit will also be diluted by the increase in intermediary roles (Ho *et al*, 2011, p. 404).

Talvez o Bairro dos Livros possa ser encarado como um parceiro nesta demanda de autopublicação; mas, ainda que não esteja errado, este conceito não parece ser abrangente o suficiente para explicar a atuação deste método editorial.

Como poderá então uma pequena editora sobreviver face aos desafios que afetam o sector do livro, particularmente “o encerramento de (pequenas) editoras e de diminuição dos títulos editados”, e ao “aumento do fenómeno da autoedição/edição de apenas um título (de um autor ou de uma instituição) e do *print-on-demand*” (Neves *et al*, 2014, p. iii)? A verdade é que existem ainda muitas pessoas que querem escrever, não pelo lucro, mas por gosto, e que desejam a permanência que o livro impresso oferece e que não é possível obter através de outras formas de comunicação (Phillips, 2014, p. 20). Um estudo realizado pelo Pew Research Center confirma que “print books remain much more popular than books in digital formats” (Perrin, 2016).

Como satisfazer essa necessidade? Matthew Stadler, em *The Ends of the Book: Reading, Economies & Publics*, explica-nos como descobriu o *print-on-demand* (POD), um modelo de negócio e método de impressão que permite que as editoras possam imprimir livros comercialmente competitivos uma cópia de cada vez, ou seja, as cópias são impressas mediante encomendas – “a true revolution in the basic publishing model” (Rosenthal, 2004, p. 2):

In 2009 I learned of cheap, hand-operated machines that can make sturdy perfect-bound books one at a time, fast and at low cost. I bought them and, with a friend, set up shop in a storefront in Portland, Oregon. Like a lot of people, we knew some great writers whose work we love and thought should be published. We became publishers by printing, binding, and selling their books directly to the readers who wanted them (Stadler, 2016, pp. 14-15).

Pode ser dado o exemplo notável de Christopher Paolini, de 18 anos, que escreveu, editou, fez o *design* e publicou *Eragon*, uma célebre obra de literatura fantástica juvenil. Usou os serviços de POD da Lightning Source por considerar que não atrairia o interesse de

uma grande casa editorial; assim, uma cópia do livro era impressa e distribuída sempre que alguém encomendava o livro na Amazon.com, que depois tratava de a enviar ao cliente. O facto de o livro existir e de haver leitores interessados despertou a curiosidade de um editor e, em 2002, Paolini assinou contrato com a Random House (Greco *et al*, 2007, p. 144).

É possível que certas organizações editoriais que publiquem certos géneros de livros, com um público-alvo de um determinado nicho, considerem apelativa esta estratégia. Na verdade, o POD oferece flexibilidade financeira e permite, por exemplo, que sejam lançadas campanhas-teste sobre um novo título, reduzindo o risco e eliminando custos (*ibidem*, p. 155). É vantajoso para iniciantes: a carreira de editor parece continuar a ser uma “profissão acidental”, sendo que muitos no ramo começaram por ser simples amantes de livros ou aspirantes a escritores (*ibidem*, p. 185). Matthew Stadler (2016, p. 18) confirma:

In traditional publishing there’s a moment when the pleasure of reading must stop. Usually that moment is marked by the sad sentence, “I love your book, but I can’t publish it”. [...] The editor is someone who sincerely loves books, but lives in a special kind of hell [...] Because we make our books one at a time as they are purchased, and we organize our work around the relationship of one reader to one book, any book we love can be published profitably.

Esta filosofia parece aproximar-se mais da do Bairro dos Livros: edição de obras por vontade de disseminar o gosto pelo livro e pela literatura, onde o interesse comercial não é a primeira preocupação. No entanto, o Bairro não imprime livros cópia a cópia, o que o afasta deste modelo de negócio.

Morris Rosenthal (2004, pp. 66-67) discute um outro tipo de publicação, a subsidiada (*subsidy publishing*), em que os autores sabem que têm nas mãos uma obra que não é comercialmente viável para uma editora convencional e tudo o que querem é torná-la disponível ao público, suportando os custos envolvidos no processo. Afirma que as entidades que adotam este modelo assumem, habitualmente, uma distribuição tradicional do livro, e que os exemplares impressos podem mesmo ficar na sua posse, sendo pagos *royalties* ao autor. Desaconselha ainda que se confie nestas para editar, rever e contribuir para a qualidade do manuscrito, devendo apostar-se na contratação de serviços de *freelancer* à parte. No entanto, é importante ter em conta que estes contratos variam bastante, não sendo este o

standard, e que as condições aqui descritas não são rígidas. A edição científica, por exemplo, é muitas vezes subsidiada, como é o caso da edição *De Portugal a Macau* (org. Natário *et al.*, 2018), da qual falarei mais à frente; existem, portanto, várias modalidades deste tipo de publicação e nem em todas elas as circunstâncias apontadas por Rosenthal se verificam.

O Bairro dos Livros investe na figura do editor, aconselhando um processo de edição aos manuscritos que lhes chegam, a não ser que o contrário seja expressamente indicado pelos autores. Uma das maiores desconfianças em relação à edição de autor é a presumida falta de primor nas obras que, não sendo submetidas ao processo editorial comum, podem não ter a qualidade que se esperaria de um livro publicado. Daí a importância desse investimento: “os únicos obstáculos à vulgarização da auto-edição como norma de publicação, numa época em que os dispositivos tecnológicos viabilizam a possibilidade concreta do *oneday publishing* ao alcance de todos, são os editores”, defende Donald Lamm (1997 *apud* Medeiros, 2009, p. 134).

No artigo de Nuno Medeiros que discute a edição como espaço social (*ibidem*, p. 132; 134), os livros são encarados como “produtos colectivos” e é ressaltado o valor dos editores:

Com o seu feixe de actos de revisão e edição de texto, de enquadramento plástico e tipográfico do mesmo e de outras “minudências” ignoradas pela maioria dos leitores, os editores conseguem impedir uma passagem só idealmente rápida, directa e linear do texto autoralmente desenhado para o mercado.

Este facto não é ignorado no processo editorial que o Bairro desenvolve – é, pelo contrário, valorizado e promovido aos autores com que se deparam. Procuram afastar-se ao máximo do preconceito que existe relativamente à edição de autor, principalmente no que se refere à falta de transparência nos contratos, a uma revisão do texto deficiente ou mesmo inexistente e a uma fraca promoção dos livros (Coelho, 2018a). A equipa do Bairro dos Livros deixa bem claro: não é assim que trabalham, distanciando-se de editoras como, por exemplo, a Chiado Editora, a “máquina de fazer livros” (Rito, 2017), e garantindo que não é esse o seu modo de atuação como empresa.

Então, como trabalham? O primeiro passo será uma reunião primária com o autor interessado. Nem todos os manuscritos são aceites: a equipa detém a liberdade total de recusar qualquer texto que não se coadune com os seus valores. Neste primeiro encontro,

procura-se conhecer o autor e o seu projeto e saber quais são as suas expectativas. Dar a conhecer a história do Bairro é também importante, bem como falar sobre o tipo de publicação a que se dedicam, por eles designada como “edição de autor”. Caso haja um mútuo entendimento do processo, passa-se à leitura do original, que vai influenciar o orçamento (caso seja necessário muito trabalho de edição ou não, entre outras variáveis). Este dependerá maioritariamente daquilo que o autor procura: o valor inclui coordenação editorial, comunicação e, eventualmente, distribuição, embora haja margem para alterações e acertos. Orçamento aceite, é altura de edição e revisão e, posteriormente, é delineada uma proposta de imagem, que inclui a paginação – todas as decisões são, contudo, validadas junto do autor. Pode ainda ser aconselhada a inclusão de ilustrações e/ ou outras intervenções no livro, sendo oferecida a sugestão de diferentes artistas. A gestão da impressão e o contacto com a gráfica são conduzidos pela editora, fazendo parte da coordenação editorial discutida; ainda que não adotem o modelo POD, conseguem obter, no entanto, serviços de impressões em baixa escala. Os exemplares são depois entregues ao autor e, porque os custos envolvidos na produção do livro ficam a cargo deste, fica também para si a totalidade da percentagem dos lucros que resultarem das vendas da obra. Como apoio nesta fase, o Bairro oferece contactos e ainda a possibilidade de colocação do livro em determinadas livrarias. A distribuição convencional é aqui desaconselhada, pois cobra 70% sobre o PVP. O Bairro organiza ainda o lançamento do livro, caso seja esse o desejo do escritor. Em relação a lançamentos em superfícies comerciais como a FNAC ou o El Corte Inglés, alertam para o facto de estas poderem cobrar entre 40 a 60% sobre o valor dos exemplares por estes vendidos. Para eventos mais privados e familiares, servem-se da sua própria rede de contactos.

Portanto, como caracterizar este método? Ainda que se baseie, quase inteiramente, no modelo de *self-publishing*, arriscarei a dizer que este conceito não é suficientemente abrangente para descrever perfeitamente o tipo de publicação assistida a que o Bairro se dedica, tendo em conta a sua aposta na qualidade através de uma cuidada triagem de originais e de um processo de edição rigoroso e atento, e também a primazia dada ao autor e à sua visão. A categorização mais correta e justa parece ser a de uma estratégia de publicação híbrida, empregando aqui uma definição *umbrella* para os métodos alternativos de publicação que se afastam um pouco da autopublicação comum. No entanto, trata-se de uma

questão complexa que começou a ser colocada recentemente e sobre a qual existe pouca bibliografia disponível.

1.2. CATÁLOGO & COLEÇÃO “BAIRRO DOS LIVROS”

“Sete anos depois, ainda usamos o Livro, as Artes e Cultura para contar Histórias.”

Bairro dos Livros

O Bairro dos Livros foi pensado como uma iniciativa de promoção das livrarias portuenses e do livro pela Cultureprint Crl, a cooperativa que está na origem deste empreendimento: “A CULTURE PRINT assume como missão a produção de soluções integradas em projectos culturais, relacionando as áreas artísticas à comunicação, criação de conteúdos, produção gráfica e direcção de projectos” (“Quem Somos”, s.d.). Como evento mensal, o Bairro conquistou um alcance muito vasto e atraiu, repetidamente, a atenção da comunicação social.

A editora Bairro dos Livros (chancela da Cultureprint Crl), nome pelo qual a organização é agora conhecida, nasceu do desejo de incluir a edição de livros nos seus serviços, de assumir esse desafio e de o fazer de forma regular. De acordo com os próprios editores: “A Bairro dos Livros, linha editorial da Culture Print, pretende dar corpo a projetos literários únicos e cruzar muitas linguagens artísticas para comunicar as ideias do futuro e os sonhos do presente. Gostamos do livro-objeto e queremos partilhá-lo” (Brás, 2014).

Consultando o catálogo (Anexo II), podemos dividir as edições segundo a natureza da sua génese, ou seja, a via pela qual se vieram a tornar um projeto do Bairro:

- Edições pagas pelo autor;
- Coordenação editorial;
- *Design* gráfico, paginação e impressão;
- Coleção Bairro dos Livros.

EDIÇÕES PAGAS PELO AUTOR:

- *Playing with Light*, Rita Pinto e Rui de Almeida Cardoso [Fotografia] – 2010
- *Um dia de História com o avô Pedro*, Isabel Pereira Santos e Pedro Santiago [BD; Livro Infantil] – 2010
- *Tombaram mas não caíram*, Sandra Bastos [Memórias] – 2011
- *Amo um anjo*, José Maria Almeida [Poesia] – 2011

- *As horizontalidades de Barroso. As verticalidades de Barroso*, Ana Luísa Pires Monteiro [Fotografia] – 2011
- *Dor de amar*, Norma do Vale [Poesia] – 2012
- *Entulho*, Cristóvão Siano [Poesia] – 2012
- *Ser serrano, vol. 1 – Os filhos da serra*, Michael Gonçalves [Romance] – 2013
- *O nome do mundo é uma janela*, Bernardino Guimarães [Poesia] – 2014
- *O eterno retorno da Europa: aspetos comparados da cultura e identidade europeia*, Luís Magarinhos [Ensaio] – 2014
- *Percursos da literatura inglesa no século XIX, 7 Volumes*, Maria João Pires [Ensaio] – 2014
- *Quadro interior*, Inês Maomé [Poesia] – 2015
- *Os gigantes das palavras afáveis e Outros poemas*, Luís Carneiro Ferreira [Poesia] – 2015
- *Goiabada cascão: no tacho, mulheres e contos*, Marisa Oliveira [Conto] – 2015
- *Pontes por construir: Portugal e Alemanha*, AA.VV. [Coletânea] – 2015
- *Rima, não rima?*, Rui Portulez [Poesia] – 2015
- *A menina que chorava mar*, Joana M. Soares [Livro Infantil] – 2015
- *Era uma vez*, Sara Silva Natária [Conto] – 2017

COORDENAÇÃO EDITORIAL:

- *Provas de contacto*, AA.VV. [Coletânea; AJA Norte] – 2012
- *Geometria do caos: encontros sobre filosofia e literatura*, AA.VV. [Filosofia] – 2013
- *Pontes de vista: revista de filosofia e literatura*, AA.VV. [Filosofia; Literatura] – 2015
- *Europe in my region*, Joana M. Soares [BD; CCDR-N] – 2016
- *Na livraria mais bonita do mundo*, Bairro dos Livros [BD; Livro infantil; Livraria Lello] – 2016
- *Livraria Lello: uma breve história da livraria mais bonita do mundo, 2 Volumes* [História; Livraria Lello] – 2017

DESIGN GRÁFICO, PAGINAÇÃO E IMPRESSÃO:

- *Flúor*, Andreia C. Faria [Poesia]. Editora: Textura – 2013

- *Entanglement*, Joana Espain [Poesia]. Editora: Textura – 2015

COLEÇÃO BAIRRO DOS LIVROS:

- *Café Paraíso*, António Pedro Ribeiro [Poesia] – 2011
- *Nunca o mar*, Minês Castanheira [Poesia] – 2011
- *À sombra dos livros*, João Pedro Mésseder [Haiku] – 2013
- *O barulho do tempo*, Vanessa Ribeiro Rodrigues [Fotografia; Poesia] – 2013
- *Histórias sem jardins*, Jorge Palinhos [Conto] – 2013
- *Poemas de Natal para homens crescidos*, António Pedro Ribeiro [Poesia] – 2013
- *Porto: Mapa do Bairro. Guia Literário da Cidade*, Bairro dos Livros [Guia] – 2018

Relativamente às edições onde os custos são suportados pelo autor, como já foi acima mencionado, a estratégia de *marketing* e comunicação das mesmas dependem, em grande parte, da sua perspetiva. O mesmo acontece no que se refere a projetos de coordenação editorial, sendo que estes têm, por vezes, um propósito puramente institucional ou, no caso da Livraria Lello, um propósito comercial bem definido internamente.

Em relação aos livros nos quais o Bairro ficou responsável apenas pelo *design*, paginação e impressão, foi a editora das obras, a Textura, a responsável pela delineação do plano para estas, ainda que possa ter existido alguma coadjuvação.

Portanto, faz sentido isolar e analisar apenas a Coleção Bairro dos Livros, tendo em conta que esta é constituída por obras que existem graças à iniciativa da editora, seja por desafio e/ ou convite a diferentes autores e artistas, ou por ser mesmo de conceção e produção integral pelo Bairro.

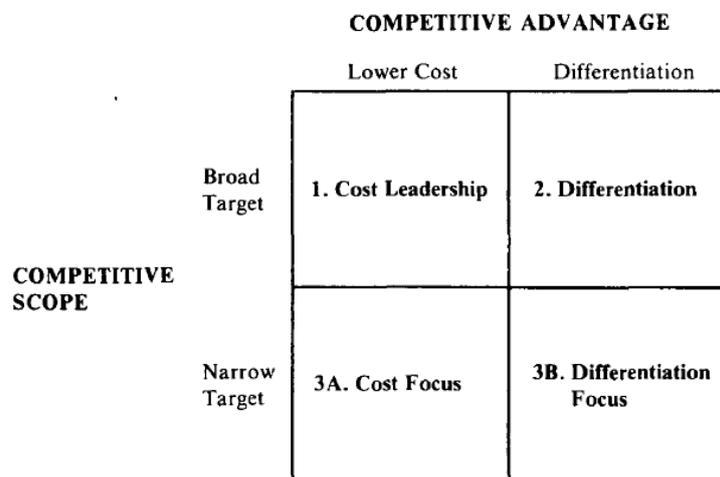


Figura 1 – Três Estratégias Genéricas (Porter, 1985, p. 12)

Que posição relativa ocupa o Bairro dos Livros dentro da sua indústria (Figura 1)? É extremamente importante que uma empresa escolha e assuma a sua vantagem competitiva e que defina como vai procurar obtê-la – tentar ser um pouco de tudo para todos os tipos de clientes é uma receita para mediocridade estratégica, pois demonstra falta de qualquer vantagem (Porter, 1985, p. 12). Verificamos que fazem parte da Coleção várias obras de poesia e autores moderadamente obscuros para o público em geral, com algumas exceções, como João Pedro Mésseder em *À sombra dos Livros* e Rui Lage e Nuno Higinio, com prefácios para *Café Paraíso* e *Nunca o mar*, respetivamente. Ainda assim, o público-alvo dos livros de poesia publicados será manifestamente limitado a um círculo muito específico. Portanto, a estratégia de *marketing* será de “foco de diferenciação”.

Porter (1985, p. 15) explica que

[c]ost focus exploits differences in cost behavior in some segments, while differentiation focus exploits the special needs of buyers in certain segments. Such differences imply that the segments are poorly served by broadly-targeted competitors who serve them at the same time as they serve others.

Esta estratégia implica então servir certos segmentos de leitores com necessidades específicas que não estão completamente satisfeitos com a oferta disponibilizada por outras editoras. Tomemos a Assírio & Alvim como exemplo: trata-se de uma editora conceituada onde a poesia sempre ocupou uma posição central e que dispõe hoje de um catálogo eclético de autores premiados. Poderia ser encarado como um competidor, no sentido em que edita obras poéticas, notórias pela sua sensibilidade artística e interartes. Pois então, como se diferencia o Bairro dos Livros e que público atrai? Existirá um círculo ainda mais restrito de leitores de poesia interessados por autores relativamente desconhecidos do público geral?

Como já vimos, existe no Bairro uma predileção pelo livro-objeto, que cruza várias artes, dando luz a projetos com uma identidade muito própria. *As horizontalidades de Barroso. As verticalidades de Barroso*, (Ana Luísa Pires Monteiro, 2011), por exemplo, reúne fotografias e poemas em folhas soltas numa pequena caixa em formato de livro. A preocupação em criar produtos artísticos surpreendentes e originais permeia todas as decisões de *design* e paginação. Se, no início, a Coleção Bairro dos Livros partilhava uma linguagem semelhante (comparar, a título de exemplo, as capas de *Café Paraíso* e *Nunca o Mar* no Anexo II), os

projetos foram-se tornando, cada vez mais, expressão da singularidade da sua mensagem e do seu propósito.

A estratégia de *marketing* da Coleção é bastante modesta. Resume-se, na maior parte dos casos, à gestão das redes sociais e assessoria de imprensa. Pode incluir a produção de *book trailers* – também estes assumindo uma perspetiva artística – e de vídeos semelhantes que servem como anúncio do lançamento do livro. O evento de lançamento constitui o motor de maior potencial de divulgação: o local é escolhido de forma a refletir a natureza da obra, bem como a cativar o público-alvo desta, acabando por fazer também parte da estratégia de venda. É enviado um *press release* para os contactos da editora na imprensa, nomeadamente para jornalistas envolvidos no segmento cultural dos média, o que, por vezes, dá origem a reportagens e/ou peças que se tornam vantajosas para a comunicação do livro. Este *clipping*, juntamente com o conteúdo multimédia, transformam-se em *posts* partilhados nas redes sociais, maioritariamente no Facebook, de forma a atrair atenção. É anunciada também a disponibilidade da compra dos exemplares *online*, a partir do *website* do Bairro, sendo que muitas das edições se encontram hoje já esgotadas. Isto acontece, principalmente, devido à baixa tiragem, o que é, por si só, um indicador de que o Bairro está a par da dimensão do seu público-alvo. Uma percentagem é ainda colocada à venda numa seleção de livrarias, sendo que tudo isto envolve o apoio de uma extensa rede de contactos que esta editora estabeleceu e que abrange o grupo de presumíveis clientes dos livros por esta editados.

Uma das questões mais discutidas no decurso do Mestrado em Estudos Editoriais é a dualidade que o livro enfrenta: o desafio de ser encarado como um produto cultural e, ao mesmo tempo, comercial. Para que um negócio seja sustentável, é essencial que exista um balanço entre estas duas faces, equilíbrio este muitas vezes difícil de atingir. J. A. Nunes Carneiro (2005, p. 8) explica que

[h]á mesmo como que um preconceito devido à alegada «dupla natureza» do livro consubstanciada na ideia de estarmos perante um produto eminentemente cultural e, por isso, alheio às regras do mercado. Além de que editores e outros actores deste sector (como os autores ou os livreiros) nem sempre se assumem como indústria [...] Daí resulta que, frequentemente, são alheios a sistemas de gestão e modelos de negócio baseados numa lógica de orientação para o mercado ou de satisfação de necessidades dos seus clientes.

Não querendo com isto dizer que não exista nesta editora uma preocupação com o mercado, é possível que este não seja o fator com maior peso aquando da decisão sobre se irá ou não haver edição de uma determinada obra. É também possível que os restantes empreendimentos do Bairro (edições pagas pelo autor, coordenação editorial, eventos, programação cultural, etc.) provem ser lucrativos o suficiente para que possa haver uma certa despreocupação em relação à sustentabilidade da Coleção Bairro dos Livros, deixando espaço para que sejam desenvolvidos projetos que reflitam a filosofia e estética da editora, mas que não sejam necessariamente os mais atrativos para o mercado.

Há, obviamente, exceções: o *Mapa do Bairro* parece ter um propósito diferente, tendo sido adotada uma estratégia de *marketing* distinta dos outros, no que se refere a decisões editoriais, de *design* e produção, de planeamento de mercado e financeiras. O conteúdo, um guia literário da cidade do Porto em português e inglês, tem um público-alvo mais alargado, ainda que segmentado (leitores interessados pelo Porto e por literatura) e a capa reflete isso mesmo (Figura 2) – é colorida, visualmente atrativa, legível, clara e compreensível.

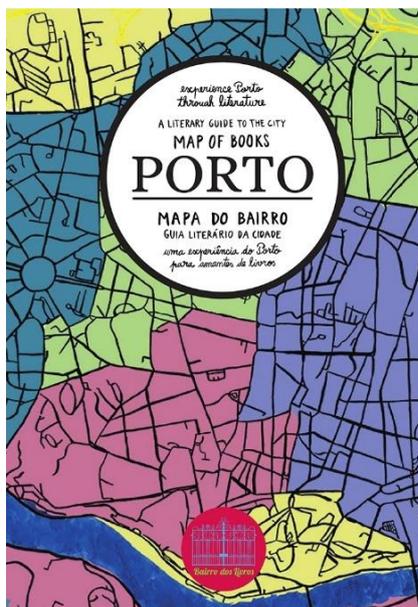


Figura 2 – Capa do *Mapa do Bairro*, Bairro dos Livros (2018)

Para um público cada vez mais sensível às artes visuais, a importância do *design* é cada vez maior – como “*selling device*”, a capa é responsável por mais do que proteger o livro: fornece informação e comunica. O sucesso dessa relação de comunicação estabelecida, em breves instantes, entre a capa e o leitor será determinante para a sua venda (*ibidem*, pp. 22-

23; 29-34). Relativamente a resultados, até ao momento da redação deste relatório, não me foi possível obter dados suficientes para avaliar o sucesso, ou insucesso, desta estratégia.

Concluindo, a estratégia de *marketing* e comunicação parece também assumir um carácter flexível e adaptável a cada produto e respetivo público, dependendo principalmente da natureza da obra em questão. A missão da Coleção Bairro dos Livros parece ser a de comunicar a filosofia da editora, de transmitir aquilo em que esta acredita: Livro, poesia, Porto, bairrismo. Nuno Medeiros (2009, p. 136) faz notar que “as editoras independentes, sobretudo as que trabalham com tiragens reduzidas, concorrem fortemente para a inovação de estilos e propostas editoriais, publicando a margem, a franja, a subversão”, e apostam a sua rentabilidade na sobrevivência apoiada “num conhecimento especializado dos seus públicos e suportadas por redes sociais de fidelização de leitores”. Será neste sentido que se deve tentar entender esta editora.

1.3. EVENTOS E ANIMAÇÃO CULTURAL & COMUNICAÇÃO

O *slogan* do Bairro resume perfeitamente a natureza do seu trabalho: “Comunicamos Cultura”. Seja através da edição de livros, de produção de eventos, de ações de animação cultural ou de programação e gestão cultural, o objetivo é sempre o de promover a leitura, o livro, a literatura e a cultura, é o de contar uma história através de todos os empreendimentos e iniciativas.

O evento mensal Bairro dos Livros tornou-se, inadvertidamente ou não, num excelente meio de comunicação da marca, permitindo estabelecer um diálogo e construir uma relação com os participantes. Estes e outros projetos que se seguiram, como comunicações de *marketing*, permitiram que a organização ligasse a sua marca a outras pessoas, lugares, eventos, marcas, experiências e sentimentos (Anexo I), expondo a sua mensagem a um público que, estando recetivo, pôde ser fidelizado (Kotler & Keller, 2012, p. 476). Através de colaborações com entidades como a Câmara do Porto, o Mercado Bom Sucesso, a Lionesa, a Gertal, a CCDR-N ou o Museu da Chapelaria, a marca do Bairro foi comunicada com mais ou menos sucesso, de acordo com a aplicação eficaz de cada um dos passos necessários ao desenvolvimento de comunicações efetivas (Figura 3).

No *website*, o Bairro dos Livros divide os “Eventos e Animação Cultural” segundo as seguintes categorias:

- Curadoria;
- Espetáculos;
- Eventos para a infância;
- Instalações artísticas;
- Programação e gestão cultural de espaços e projetos.

Estes incluem projetos como a curadoria artística das montras da Livraria Lello (com exposições da dupla de estilistas da Storytailors; *Candelabro*, de Paulo Neves; *Fragmentos*, dos Openfield Project; *Plant Life*, de Vera van Wolferen; *Papiers à Être*, de Sophie Mouton-Perrat e Frédéric Guibrune), o teatro *Camilo na Rua* e o *Chá das Cinco* no Museu

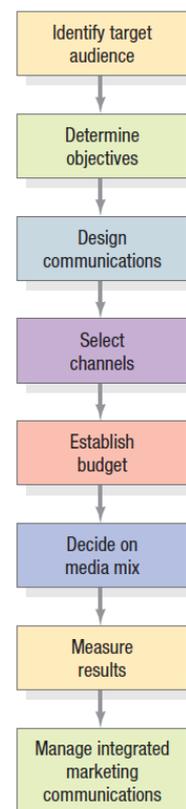


Figura 3 – Passos para desenvolver comunicações efetivas (Kotler & Keller, 2012, p. 482)

da Chapelaria, o Minifestival do Livro de Amarante, a animação da mascote Salsinha para a Gertal, várias instalações artísticas como *Um Fernando, muitas Pessoas*, as *Letras de Luz*, os *Livros Voadores*, a *Passadeira de Palavras* e *O Rosto do Porto*, e muitos outros projetos de programação cultural, como o Dia da Europa em parceria com a CCDR-N, o lançamento mundial do livro *Harry Potter and the Cursed Child – Parts I & II* na Livraria Lello, as Conversas da Livraria Lello intituladas *Uma Cidade Pode Ser Um Coração. Um Punho* e ainda o jantar para fãs do *Harry Potter*.

As ações de “Comunicação”, por sua vez, estão categorizadas da seguinte forma:

- Assessoria de imprensa;
- *Design* gráfico;
- Gestão de redes sociais;
- Produção de conteúdos;
- Produção gráfica.

Incluem, entre outros serviços, a comunicação dos eventos Medialab FuturePlaces e Mexe – Encontro Internacional de Arte e Comunidade desde 2011, o *design* das obras *Flúor* (Andreia C. Faria, 2013) e *Entanglement* (Joana Espain, 2015) e dos toalhetes “Clube do Prato Limpo” para a Gertal e Itaú e ainda a produção de conteúdos para o “Porto By Livraria Lello”.

Nos projetos desenvolvidos em colaboração com outras entidades é dada, evidentemente, primazia à comunicação das empresas que os financiaram. Ainda que haja o cuidado de associar a marca Bairro dos Livros a cada um dos serviços prestados, atestei, ao longo da minha experiência em estágio, que, em vários casos, esta acaba por ficar algo apagada, em prol dos interesses de comunicação das organizações com quem trabalham.

Ainda assim, pude comprovar também o sucesso que esta estratégia tem tido em cativar novos clientes, como foi o caso do Museu da Chapelaria, em São João da Madeira, e de outras instituições que não poderei aqui referir.

2. ESTÁGIO CURRICULAR – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

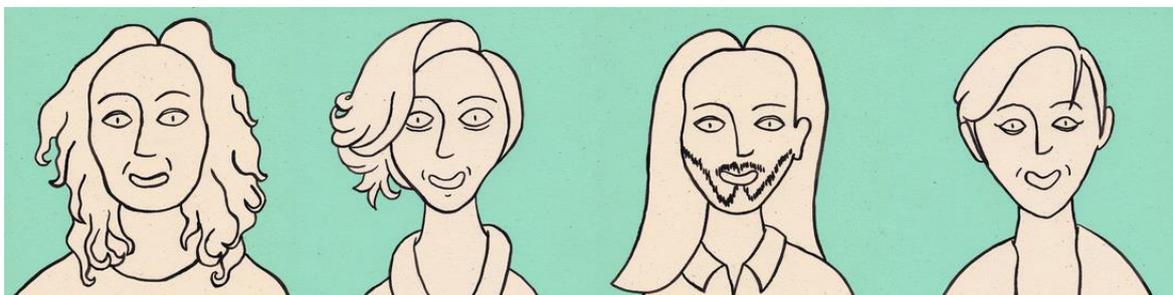


Figura 4 – Ilustração da equipa Bairro dos Livros (Catarina Rocha, Minês Castanheira, Paulo Brás e Isabel Costa, respetivamente). Autoria: Clara Não

Durante o mês de agosto de 2017, fiquei a conhecer o Bairro dos Livros e tomei a iniciativa de contactar a equipa (Figura 4) e de me propor como colaboradora em regime de estágio curricular com a duração de 4 ou 6 meses, no âmbito do Mestrado em Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro. Houve interesse em ficar a saber mais e foi marcada uma reunião onde estiveram presentes a Catarina Rocha, a Minês Castanheira, a Professora Cristina Carrington e eu própria, tendo então ficado decidido que o meu período de estágio teria início no dia 12/09/2017 e fim previsto no dia 12/01/2018, posteriormente prolongado para 28/03/2018.

A equipa é hoje constituída pela Presidente da Direção, Catarina Rocha (licenciada em Artes Plásticas e com Pós-graduação em Direção Artística e Mestrado em Práticas Artísticas Contemporâneas), responsável pela Direção Criativa, Produção, Arte e *Design*; pela Vice-Presidente da Direção, Minês Castanheira (licenciada em Jornalismo e Ciências da Comunicação e com Pós-graduação em Gestão e Comunicação Cultural e frequência no Mestrado em Literatura Comparada), responsável pela Direção Criativa, Comunicação, Edição e Letras; e, finalmente, pelo Paulo Brás (licenciado em Estudos Portugueses e Lusófonos, com Mestrado em Literatura Comparada), responsável pela Produção, Edição e *Social Media*. Fui extremamente bem-recebida e rapidamente me apercebi que quaisquer dúvidas que pudesse vir a ter seriam também acolhidas e esclarecidas sempre que possível.

O ambiente de trabalho é permeado por espírito de equipa e de entajuda, talvez por se tratar de uma equipa pequena que partilha os quatro cantos de uma ilha formada por secretárias unidas. Relativamente à organização de funções dentro desta cooperativa cultural, não existe um modelo rígido, como talvez fosse de esperar numa editora convencional. De forma geral, a Catarina Rocha fica responsável pelo *design*, paginação e

impressão, enquanto a comunicação e assessoria de imprensa tende a ficar a cargo da Minês Castanheira, sendo que ambas partilham a responsabilidade no que refere a gestão dos clientes. A edição de conteúdo, vários aspetos da produção de eventos e ações de animação cultural e gestão de *social media* são tarefas usualmente orientadas pelo Paulo Brás. No entanto, é importante esclarecer que esta divisão de funções não é rígida – cada projeto exige uma abordagem diferente, pelo que existe uma partilha de trabalho muito significativa. Isto tem um impacto muito positivo nas relações interpessoais e, no meu caso, foi importante para o desenvolvimento de uma identidade profissional mais confiante e assertiva – mas esta evolução será comentada mais à frente.

Nos próximos capítulos, falarei um pouco sobre as atividades que desenvolvi como assistente editorial e de produção durante o estágio curricular e tentarei oferecer também uma perspetiva crítica sobre as mesmas. Estas serão divididas em “Edição e comunicação editorial” e “Organização de eventos”. Existem ainda outros serviços prestados que, não se enquadrando nas duas anteriores, serão apresentados como “Tarefas pontuais”.

2.1. EDIÇÃO E COMUNICAÇÃO EDITORIAL

Ao longo deste capítulo, irei apresentar os projetos nos quais estive envolvida e nos quais fiquei encarregada de tarefas relacionadas mais diretamente com a edição, com ênfase naquelas que me permitiram aplicar os conhecimentos e desenvolver as competências adquiridas durante o Mestrado.

A ordem pela qual o farei não é cronológica, mas está sim relacionada com a natureza de cada uma das edições. Começarei, assim, pela *Revista Pontes de Vista*, um periódico, que, no plano tipológico e também a nível do processo de edição, difere em muito do livro, por possuir exigências muito próprias. De seguida, falarei sobre o manuscrito que encerra a história e trajetória da Livraria Lello até aos dias de hoje e também sobre as duas mais recentes adições à Coleção Bairro dos Livros, as *Crônicas do Bairro* e o *Mapa do Bairro*, dado que se tratam das mais significantes e exigentes. Seguem-se as edições de autor, que incluem as obras *Era Uma Vez* (Sara Silva Natária, 2017), *Ecdise* (Fátima São Simão, ainda por publicar), *As Receitas da Minha Bisavó* e *Os Poemas do Meu Bisavô* (organizadas por Minês Castanheira, 2017) e *Brasil, Meu Amor* (Maria Helena Matos, 2018). Por fim, abordarei um serviço pontual relacionado com *design* de capas e paginação, por considerar que foi importante para fortalecer as aptidões relacionadas com essas áreas, bem como para reforçar a minha experiência com *software* de paginação e *design*.

2.1.1. REVISTA PONTES DE VISTA 3 – Coordenação editorial e revisão de texto

Desde a sua primeira edição, em 2015, o Bairro dos Livros assumiu a coordenação editorial da *Pontes de Vista*, uma revista dirigida pelas Professoras Doutoradas Celeste Natário e Luísa Malato. Trata-se de um periódico anual, que conta já com três edições que abordam temas no âmbito da filosofia e da literatura, criando uma “ponte entre estes dois pontos de vista”. Sobre o propósito desta publicação, as diretoras asseveram que “só crescemos quando o nosso olhar se cruza com o outro, num conhecimento em diálogo” (“Apresentação”, 2015), mensagem esta englobada e refletida pelo próprio título.

Esta revista pretende servir como instrumento de comunicação e divulgação de ideias no meio académico, através de um meio tradicional e fiável de registo, certificação, disseminação e preservação de conhecimento – o periódico científico (Morris *et al*, 2013, p. 15; 396). A Direção, Conselho de Direção, Conselho Consultivo e Conselho Científico são

constituídos por investigadores e académicos de relevo, que asseguram a qualidade e rigor do conteúdo. Os convidados pertencem, igualmente, a um círculo de especialistas de cada tópico, o que imprime credibilidade na publicação e fomenta discussão.

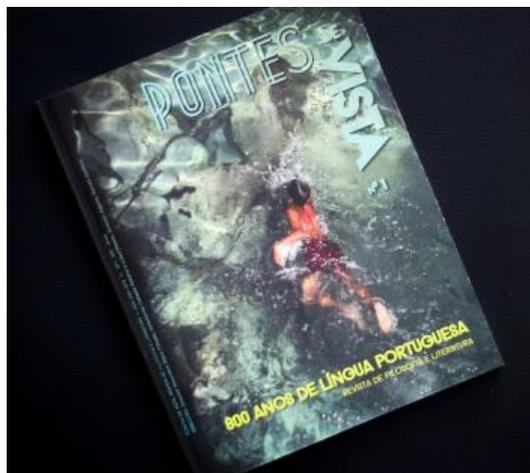


Figura 5 – 800 Anos de Língua Portuguesa, *Revista Pontes de Vista*, 2015

A primeira edição, que tratou os *800 Anos de Língua Portuguesa* (Figura 5), difere das seguintes no que se refere à sua estrutura. Os artigos estão divididos segundo as seguintes categorias: Temas; Grande Entrevista; Variações; *Exemplum*, Testemunho; Leituras. No entanto, os contributos para a segunda e terceira edição foram divididos apenas em “Temas” (ensaios extensos), “Variações” (ensaios breves e outro conteúdo de carácter livre), “Leituras” (recensões e notas de leitura), e ainda a “Grande Entrevista” (feita a autoridades sobre o assunto em questão, como é o caso do autor Mário Cláudio [*Amadeo*, 1984] nesta última edição).

A segunda edição, sobre Vergílio Ferreira, foi publicada apenas *online* e a terceira, que se debruçou sobre a vida e obra de Amadeo de Souza-Cardoso, está também apenas disponível através do *website* da *Revista Pontes de Vista*. Hoje em dia, a grande maioria dos periódicos científicos está acessível via *web*, sendo que a publicação *online* viabiliza uma redução significativa dos custos, facilita a distribuição e a acessibilidade (graças a motores de busca e bases de dados agregadoras que permitem uma pesquisa simples e rápida) e possibilita a exploração de recursos e adição de conteúdos que seriam inviáveis em papel. Uma característica importante desta revista que exponencia os aspetos até agora mencionados é o facto de ser de acesso aberto. Acesso aberto, ou *open access*, consiste no fornecimento de acesso irrestrito a (neste contexto) artigos de pesquisa – ou seja, a

disponibilidade universal de informação de pesquisa académica (Morris *et al*, 2013, p. 19). Assim, a plataforma desta publicação permite gerir e organizar o conteúdo de forma a que seja fácil para os utilizadores de a encontrar e usar (*ibidem*, p. 112). Neste caso, o WordPress foi o *software* escolhido para acolher o *website* da *Pontes de Vista*. Trata-se de um dos mais populares sistemas de gestão de conteúdo, talvez por não ter custos e disponibilizar *templates* e ferramentas que tornam a sua utilização intuitiva e eficiente para os gestores da página.

A equipa do Bairro dos Livros está identificada como sendo a responsável pela coordenação editorial na ficha técnica desta revista. Os convidados são escolhidos pela direção; no entanto, a coordenação desses contactos e do cronograma, bem como a revisão dos textos e gestão do *website* (no que se refere à publicação do conteúdo), ficam a cargo do Bairro, que se assegura da qualidade e do cumprimento dos prazos estabelecidos. Em novembro, foi-me passada essa pasta, para que eu pudesse então juntar-me à equipa editorial da publicação.

Inicialmente, foi-me pedida a composição e envio de um conjunto de *e-mails* de agradecimento aos autores que contribuíram para a segunda edição. Depois, baseando-me na informação reunida num *dossier* sobre a estrutura prevista para a terceira edição, fiquei responsável pela composição e envio de um conjunto de *e-mails*, desta feita com o propósito de convidar novos investigadores e artistas a colaborar com um trabalho de sua autoria. Foi um processo moroso, sendo que foi necessária uma certa insistência para receber as respostas – algumas positivas, mas várias recusas devido à carga de trabalho que muitos dos convidados alegavam ser incompatível com um novo projeto. De acordo com os contributos recebidos, fui atualizando um Google Doc partilhado com todos os envolvidos. Foi também da minha responsabilidade fazer vários pontos de situação entre o Bairro e as diretoras da revista, pois surgiram várias questões nesta fase do processo, inclusive a procura por mais contribuições, tornando-se necessário que existisse comunicação contínua entre a equipa.

Aos autores, foi pedido que orientassem e formatassem os seus artigos de acordo com as seguintes indicações editoriais e de normalização do texto:

Sobre este artigo, apenas pedimos que a sua extensão se limite aos 12 mil caracteres com espaços, o que equivale a cerca de 5 a 7 páginas, com formatação Times New Roman, tamanho 12 e espaçamento entrelinha de 1,5. Pedimos ainda que as notas intratextuais sigam a estrutura «(autor, ano, página)» e que seja incluída a

bibliografia, evitando as notas de rodapé com comentários. Agradecemos também que fosse incluída uma pequena biografia de autor, para que o seu trabalho possa ser devidamente identificado junto do leitor.¹

Foi também indicada uma data-limite para a submissão das contribuições, mas rapidamente se tornou claro que não seria possível esta ser cumprida por vários dos autores convidados, o que levou ao alargamento do prazo. Um aspeto que também raramente foi cumprido foi o limite de caracteres, tendo alguns sido devolvidos ao autor para edição; outros, por falta de tempo, foram aceites mesmo tendo excedido as balizas estabelecidas.

Depois de recebidos os artigos, estes foram reencaminhados para a Professora Doutora Luísa Malato, para revisão científica. Ficou a meu cargo a normalização dos textos, que foram depois enviados para outro membro da equipa para ser feito o *upload* para o *website* da revista. Assim, defini as seguintes normas editoriais e garanti que cada um dos artigos as respeitava:

- Títulos de obras entre aspas latinas (e não em itálico, pois considere que dificultaria a legibilidade *online*, ainda que admita que se possa tratar de uma idiossincrasia pessoal), com apenas a 1.ª letra em maiúscula;
- Estrangeirismos em itálico;
- Citações entre aspas inglesas e acompanhadas pela devida fonte, seguindo o estilo bibliográfico APA² (autor, data, página);
- Citações longas destacadas, com 2 tamanhos de letra abaixo do utilizado no restante texto e avanço de 1cm à direita e à esquerda;
- O texto deve respeitar o Novo Acordo Ortográfico;
- A bibliografia deve seguir as normas APA.

As imagens deveriam ainda estar devidamente legendadas com título, data e proveniência. Foi necessário contactar a Fundação Calouste Gulbenkian (FCG) para obter

¹ Exemplo retirado de um e-mail de convite para a Pontes de Vista 3.

² “O estilo APA (American Psychological Association) é um sistema de citação autor-data aplicada na área das Ciências Sociais e Humanas” (SBIDM/Universidade de Aveiro, 2015).

uma reprodução com boa qualidade da imagem *Sem título (Estudo de pormenor para a pintura "Galgos")* (1911, Amadeo de Souza-Cardoso) (Figura 6).³

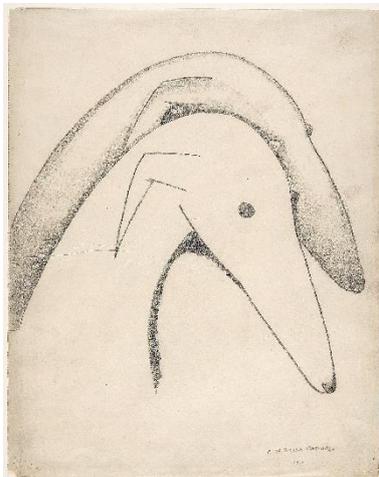


Figura 6 – *Sem título, (Estudo de pormenor para a pintura "Galgos")*, de Amadeo de Souza-Cardoso

As restantes obras do pintor falecido em 1918 fazem já parte do domínio público, tendo passado os 70 anos requeridos por lei (Decreto Lei no 63/85 de 14 de março, art. 31.º, cap. IV), pelo que as reproduções das mesmas foram usadas livremente. No entanto, foi enviado um pedido de acordo de cedência de imagem para a FCG para utilização de uma fotografia do Espólio Amadeo de Souza-Cardoso, uma das coleções especiais da Biblioteca de Arte, que atendeu ao nosso pedido, requerendo apenas instruções para a referenciação da mesma.

No âmbito deste projeto, acompanhei ainda a Professora Doutora Celeste Natário e o Professor Doutor Carlos Magno numa entrevista ao autor Mário Cláudio, a respeito da sua obra *Amadeo* (1984). Estive responsável pela gravação do áudio, tendo depois transcrito a mesma para um documento, que seria posteriormente enviado aos envolvidos. O ficheiro áudio tinha a duração de cerca de 1 hora e 20 minutos, o que foi um desafio, por nunca ter feito transcrição de diálogos tão extensos quanto este. Penso que a estratégia que usei, de ouvir o ficheiro no VLC e editar o documento no Word, não terá sido a melhor. Imagino que existirão ferramentas que permitam que a tarefa seja executada mais rápida e facilmente.

³ *Sem título, (Estudo de pormenor para a pintura "Galgos")*, Amadeo de Souza-Cardoso (1887-1918) - 7DP341 ©Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa. Museu Calouste Gulbenkian - Coleção Moderna. foto: Paulo Costa.

2.1.2. *LIVRARIA LELLO* – Pesquisa e seleção de conteúdo e revisão de texto

A Livraria Lello foi inaugurada no dia 13 de janeiro de 1906⁴, numa cerimónia onde estiveram presentes numerosas figuras portuguesas ilustres, como Afonso Costa, Guerra Junqueiro, Júlio Brandão, Bento Carqueja e Abel Botelho, muitos dos quais deixaram gravadas dedicatórias inspiradoras no Livro d’Ouro, o livro de visitas da livraria:

Num país de analfabetos, erigir um tão formoso templo ao divino culto da Emoção e da Ideia é um grande ato de benemerência, e que, pelos seus largos e fecundos resultados, há de ligar perduravelmente os nomes de Lello & Irmão ao reconhecimento nacional (Abel Botelho, no Livro d’Ouro, 13/01/1906).

Após a sua inauguração (Figura 7),⁵ a Lello manteve-se fundamental na promoção e difusão da Literatura Portuguesa não só a nível nacional, mas também através da exportação de obras e autores lusitanos além-fronteiras. Editora de vultos literários como Eça de Queirós e Camilo Castelo Branco, esta livraria permaneceu como polo agregador de figuras políticas, artistas, escritores e dos maiores pensadores de cada época.



Figura 7 – Dia da inauguração da Livraria Lello, a 13 de janeiro de 1906.

⁴ A informação que aqui apresento sobre a Livraria Lello foi retirada do manuscrito que resultou da investigação do Bairro dos Livros sobre a sua história, da qual fiz parte, o qual ainda não foi editado.

⁵ Aurélio da Paz dos Reis, [Livraria Lello, Porto: interior], PT/CPF/APR/006464, Imagem cedida pelo Centro Português de Fotografia.

Bem mais recentemente, numa altura em que a cidade do Porto começava a ser internacionalmente reconhecida como um dos melhores destinos europeus, também a Livraria Lello se tornou um importante ponto de atração turística, interesse este exponenciado pelas distinções feitas por agentes de comunicação internacionais como o *The Guardian* (em 2008), o *Lonely Planet* (em 2010) e ainda a CNN, que a nomeou como sendo “a mais bela livraria do mundo” (em 2015). Nesse mesmo ano, a nova administração, formada pelos empresários Aurora Pinto, Pedro Pinto e José Manuel Lello, instituiu mudanças que visavam lidar adequadamente com o novo fluxo de visitantes, incluindo a implementação de um sistema de *vouchers* que funcionam como bilhete de entrada, mas também como cupão de desconto em livros; esta decisão levou a que fosse possível controlar o número de pessoas que estão dentro da livraria a cada momento e também aumentar a venda de livros em quase 300% no segundo semestre de 2015 (Lusa, 2016). Paralelamente, a Livraria Lello continua a investir na sua ligação à cidade e aos portuenses, promovendo programação, ações e eventos culturais dinamizadores, muitos dos quais criados e produzidos pelo Bairro, que procuram manter viva a tradição da livraria como espaço de acolhimento das sucessivas gerações de artistas.

Decorrente desta vontade de preservar a memória e história da Lello como “catedral do livro”, a direção da Livraria propôs ao Bairro dos Livros a preparação de uma edição que funcionasse como testemunho disso mesmo, para que pudesse ser partilhado com o público. Este projeto foi mencionado no primeiro contacto que tive com o Bairro e foi esta oportunidade de participar na produção de um livro desde a fase de investigação até à impressão uma das razões que me levou a escolhê-lo para realizar o estágio.

Logo a partir do meu primeiro dia na editora, foi importante para mim reunir e pôr-me a par da informação entretanto já recolhida pela equipa. Foi-me então dado um breve *briefing* sobre o material existente, o propósito desta edição e a relação entre o Bairro e a Livraria Lello. A ideia inicial era a de produzir um livro com uma imagem contemporânea, que dialogasse com as novas tendências em *design* e que apelasse ao público da livraria – a intenção era a de criar um móbil notório e acessível para a utilização do *voucher* de desconto. Assim sendo, o conteúdo e as escolhas de *design* e paginação foram desenvolvidos tendo isso em conta, pois, claramente, o propósito de uma edição influencia a sua linguagem: “When a text is published and the book is designed and printed, it becomes a physical manifestation not just of the ideas of the author, but of the cultural ideals and aesthetics of a

distant historical moment” (Drew & Sternberger, 2005, p. 8). Quando a intenção muda, o *design*, como meio para gravar, apresentar, ordenar e comunicar informações sobre uma função específica, terá obrigatoriamente de ser repensado. Assim, quando a Lello decidiu que a edição seria afinal uma edição de luxo (destinada a um público com maior poder de compra), a proposta inicial, que tencionava levar o cliente a uma compra espontânea, mudou de rumo. Desta forma, a estratégia que, a princípio, estaria mais centrada no consumidor (em que as necessidades, desejos e limitações do cliente estão no foco de todas as decisões de *design*) foi substituída por uma mais focada no uso (em que é dada prioridade aos objetivos e tarefas relativas com a utilização do *design*) (Ambrose & Harris, 2007, pp. 32-33). Ou seja, a intenção passou então a ser a de criar um objeto único, de coleção, onde a legibilidade e a manipulação pelo leitor não são os aspetos de maior relevância, mas sim o sentimento de exclusividade e a qualidade exibicional do livro.

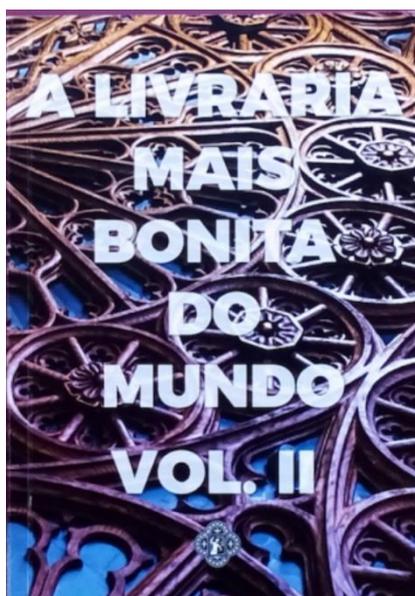


Figura 8 – Capa do segundo volume do livrete *Livraria Lello: uma breve história da livraria mais bonita do mundo* (Bairro dos Livros, 2017)

Para saber um pouco mais sobre a livraria, comecei por ler o acervo bibliográfico reunido e os livretes já editados pelo Bairro dos Livros, que estão à venda na Livraria Lello: tratam-se de dois pequenos cadernos, com apenas 24 páginas, que falam um pouco sobre a sua história (*Livraria Lello: uma breve história da livraria mais bonita do mundo*, 2 vol., publicados pela Lello em 2017 [Figura 8]). Depois, passei à leitura do *dossier* de material já organizado, que incluía, maioritariamente, artigos de jornal e crónicas referentes à livraria e/ ou à família

Lello. Considerarei que seria vantajoso listar o que existia nesta pasta, anotando o título, a data e uma nota sobre o conteúdo. O mesmo fiz com o Livro d'Ouro, transcrevendo as dedicatórias e assinaturas que eram legíveis, para facilitar o uso dessa informação no livro.

A pesquisa bibliográfica provou ser uma tarefa bastante difícil. Ainda que fosse de esperar que a própria Livraria tivesse em arquivo numerosas provas da sua história, tal não acontece na realidade – são escassas em quantidade e qualidade. Nesta fase, tornou-se evidente a importância que tem o cuidado com que as instituições gerem e preservam os seus arquivos, particularmente os daquelas que estão relacionadas com o setor editorial. Os arquivos, como repositórios de memória, são essenciais não só para o estudo da história do livro e da edição, como também da história da cultura. Francis Blouin Jr e William G. Rosenberg (2007, p. vii) defendem que são muito mais que isso, constituindo

a complex of structures, processes, and epistemologies situated at a critical point of intersection between scholarship, cultural practices, politics, and technologies. As sites of documentary preservation rooted in various national and social contexts, archives help define for individuals, communities, and states what is both knowable and known about their pasts. As places of uncovering, archives help create and re-create social memory.

Atualmente, numa altura em que a administração da Livraria Lello quer fixar a história desta casa centenária e partilhar esse testemunho com a sua comunidade, esta tentativa de salvaguarda de memória é prejudicada pela falta de um repositório conservado para a posteridade. Pela escassa informação que foi possível reunir durante esta investigação, apercebemo-nos da riqueza que o percurso desta livraria encerra: desde que os irmãos Lello adquirem, em 1894, o espaço comercial e o respetivo espólio que Ernesto Chardron (“o editor do futuro”) havia reunido até à sua morte em 1886, passando pela posição de resistência tomada em relação à censura levada a cabo, durante o Estado Novo, pela Polícia Internacional de Defesa do Estado (PIDE) – que visitava regularmente os espaços de venda e partilha de livros, apreendendo obras consideradas subversivas social e politicamente⁶ –, a Livraria Lello tem, claramente, muito para contar. Estes e vários outros episódios farão parte

⁶ A informação que aqui apresento sobre a Livraria Lello foi retirada do manuscrito que resultou da investigação do Bairro dos Livros sobre a sua história, da qual fiz parte, o qual ainda não foi editado.

da edição a ser publicada pela Lello, mas dificilmente descobriremos o quanto esta ficou prejudicada, no que se refere à perpetuação da história completa e autêntica, devido à falta da conservação de registos históricos. Ainda que a história da edição e dos livreiros em Portugal seja devidamente explorada em obras de referência como a de Fernando Guedes, *O Livro e a Leitura em Portugal* (1987), que inclui um capítulo detalhado sobre Chardron, a de Manuela Domingos, *Livreiros de Setecentos* (2000), ou mesmo a de Rui Beja, *A Edição em Portugal 1970-2010* (2012), que são valiosíssimas para os estudos editoriais, verifica-se que a história da Lello não foi documentada de forma detalhada – daí a relevância de publicar esta nova edição. Note-se, no entanto, que este livro conterà sempre uma perspetiva parcial da Livraria Lello, que terá todo o interesse em publicar a sua história de uma forma que beneficie os seus interesses comerciais de *marketing* e comunicação.

Recorri então às guardiãs do livro por excelência, as bibliotecas, e à *word wide web*, num percurso em muitos aspetos semelhante àquele que fiz numerosas vezes durante a fase de procura por bibliografia no âmbito de trabalhos académicos. A pesquisa por artigos *online* em bases de dados gerais como o Google ou científicas como o RCAAP não foi frutífera; foi nas bibliotecas que encontrei várias fontes de nova informação através dos seus catálogos e também da Porbase.

Na Biblioteca Central da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, encontrei a primeira edição do *Almanaque Lello* (Figura 9), de 1929, organizado por Kol d'Alvarenga, que o modelou segundo o célebre *Almanach Hachette* francês. Foi uma descoberta fascinante, principalmente por ser tão representativa da sua época, mas apenas serviu para que fosse feita referência à sua existência, pois trata-se de conteúdo destinado apenas a uma leitura despreziosa para “entreter ou passar o tempo”⁷. A pesquisa na Biblioteca Pública Municipal do Porto (incluindo uma consulta aos catálogos manuais, que inventariam as obras da BPMP anteriores a 1991) levou-me a descobrir manuscritos da “Lelo & Irmão”, incluindo correspondência trocada entre os editores e um representante de Basílio Teles, entre a qual uma missiva onde afirmam que editavam a sua obra “mais por devoção de seita, que por interesse comercial”⁸; um capítulo dedicado a Chardron *n'As Farpas III*⁹, de Ramalho

⁷ Excerto retirado das “Palavras Necessárias”, uma nota introdutória de Kol d'Alvarenga no *Almanaque Lello* (1929, Porto: Livraria Chardron).

⁸ Carta da Livraria Lelo & Irmão ao Dr. Crispiniano da Costa (28/05/1924). *Correspondência de diversos editores, relativa à publicação de obras de Basílio Teles* [Manuscrito]. Biblioteca Pública Municipal do Porto.

⁹ Ortigão, R. (1839). XIV - Ernesto Chardron. Em *As Farpas III* (pp. 137-141). Lisboa: Clássica.

Ortigão; e os *Livros de Portugal*¹⁰, um boletim mensal do Grémio Nacional dos Editores e Livreiros, onde foram encontradas várias menções à Livraria Lello e aos irmãos Lello, nomeadamente sobre a participação desta editora e livraria em feiras do livro nacionais e internacionais.

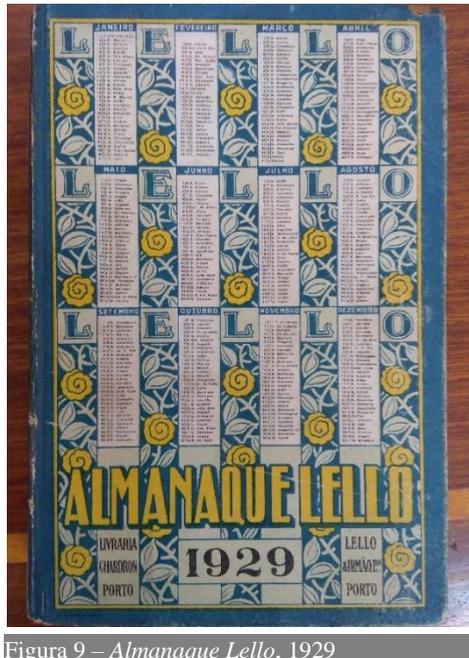


Figura 9 – Almanaque Lello, 1929

Na Biblioteca da Universidade de Aveiro, encontrei o *Catálogo*¹¹ e *Preçário Chardron*¹² (Figura 10) e um capítulo sobre Ernesto Chardron n' *O Livro e a Leitura em Portugal*¹³, de Fernando Guedes (obra que havia sido já abordada no âmbito da unidade curricular de História e Cultura do Livro), que nos forneceu vários pormenores até aí desconhecidos sobre a vida e trabalho deste editor.

O Arquivo Histórico da Casa do Infante destacou-se por ter sido uma visita impressionante, principalmente pelo seu valor patrimonial; no entanto, depois de folhear várias edições d' *O Tripeiro*, a revista centenária portuense (publicada pela Associação Comercial do Porto desde 1981), apenas descobri dois artigos, de 1963 e 1982, que não foram utilizados.

¹⁰ *Livros de Portugal: Boletim Mensal do Grémio Nacional dos Editores e Livreiros* (1940-?). Dir. Luís Borges de Castro. Lisboa: G.N.E.L.

¹¹ *Catálogo geral da Livraria Chardron*. Porto: Lello & Irmão Editores, 1869-?.

¹² *Preçário das edições da Livraria Chardron*. Porto: Lello & Irmão Editores, 1926.

¹³ Guedes, F. (1987). Ernesto Chardron. Em *O Livro e a Leitura em Portugal* (pp. 61-69). Lisboa: Verbo, 1987.



Figura 10 – *Catálogo* (sem data) e *Preçário da Livraria Chardron* (1926)

Fiz registos fotográficos de tudo para avaliação da equipa do Bairro, que determinava o interesse da matéria para a edição; listei então aquilo que era relevante num ficheiro que seria depois enviado à Livraria Lello, sendo esta responsável pela aprovação e pagamento de digitalizações e reproduções dos documentos e imagens. Contactei ainda o Museu Nacional de Imprensa, os Centros de Documentação do *Jornal de Notícias* e do *Diário de Notícias* e a Conservatória do Registo Predial e Comercial, por acreditar que poderia existir nesses repositórios algo de relevância para o livro, mas nada resultou daí.

A Torre do Tombo e a Biblioteca Nacional de Portugal (BNP), por outro lado, tinham arquivados pequenos tesouros, como uma edição da Lello d’*O Novo Seringador* censurado pelo lápis azul da PIDE e um manuscrito de Fernando Pessoa a criticar duramente uma tradução de Domingos Ramos de William Shakespeare, editada pela Lello. Fiquei responsável pelo contacto com as diferentes entidades e pelos pedidos de reproduções dos documentos que fui encontrando. A propósito, para que o requerimento dirigido à BNP relativamente à crítica redigida por Pessoa fosse possível de concretizar – dado que não está disponível informação *online* sobre este manuscrito –, foi necessário contratar o Serviço de Pesquisa e Informação Bibliográfica, que disponibiliza um funcionário para encontrar o documento em questão, nos casos em que o interessado não o pode fazer pessoalmente; depois de encontrado, foi-nos enviada a cota correspondente, para que pudéssemos passar ao pedido de reprodução. Tratei ainda do pedido referente às fotografias da inauguração da

Livraria Lello tiradas por Aurélio Paz dos Reis, arquivadas no Centro Português de Fotografia.



Figura 11 – Medalhas de homenagem aos irmãos Lello

Fundamental foi ainda a relação com a Biblioteca Rocha Peixoto, na Póvoa do Varzim, que detinha o espólio de Domingos Lima (o “Domingos da Lello”, assim conhecido por aí ter servido como livreiro durante 56 anos), uma coleção extraordinária fruto da relação estreita que mantinha com a família Lello e com autores e visitantes, onde se encontra material como: duas medalhas de homenagem a José e António Lello (Figura 11);¹⁴ o *Jornal Lellino*, publicado pela subsidiária no Brasil (São Paulo, dezembro de 1962); as provas de edição para a *Antologia para a Juventude*, de Guerra Junqueiro e prefaciado por Júlio Dantas, com anotações (anos 20); correspondência variada, inclusive dos irmãos Lello com escritores (nomeadamente, António d’Eça de Queirós); obras autografadas pelos autores; e numerosos recortes de imprensa e fotografias pessoais. O Bairro dos Livros tinha já na sua posse o catálogo deste espólio, uma longa listagem depois refinada por mim, que me auxiliou na consulta, escolha e registo fotográfico do material aquando da minha visita à Biblioteca, orientada pela Dr.^a Lurdes Adriano. Devido à quantidade de documentos que queríamos reproduzir, foi necessária uma segunda visita, desta vez acompanhada por um fotógrafo profissional que procedeu a um registo de maior qualidade, a ser utilizado no livro.

Uma questão que foi várias vezes levantada foi a utilização devida das imagens na edição do Bairro, no que se refere a Direitos de Autor. Recorri ao Código, às próprias instituições

¹⁴ *Medalhas de homenagem a José Lello e António Lello*. Espólio de Domingos Lima. Póvoa de Varzim: Biblioteca Municipal Rocha Peixoto.

de onde provinham e até à Professora Isabel Fortuna de Oliveira, da unidade curricular de Propriedade Intelectual e Direitos de Autor, a fim de as esclarecer. Ainda assim, por vezes, as respostas não foram claras e não estávamos seguros de que a publicação de determinadas reproduções estaria em conformidade com a lei. No caso do manuscrito de Fernando Pessoa, por exemplo, não nos foram dadas certezas sobre a autorização de utilização da imagem, pelo que foram encontradas estratégias para a contornar: para esta edição, a artista Clara Não foi convidada a recriar, humoristicamente, o momento em que este autor expressa a sua indignação, que resulta no texto “Uma torva e peçonhenta maldade...” (s.d)¹⁵ (e que, aliás, foi posto de lado sem ser publicado, até que foi resgatado de entre muitos outros inéditos guardados no seu célebre baú), criando uma banda desenhada que alude ao conteúdo dessa crítica, mas não infringe, de forma alguma, os direitos de autor e, portanto, poderá ser incluída no livro da Lello.

Depois de reunidos todos os documentos, a Minês Castanheira organizou a informação e redigiu o texto da obra. Posteriormente, a Catarina Rocha procedeu à paginação. O conteúdo foi revisto por mim e pelo Paulo Brás e, porque a autora (Minês) era alguém com quem trabalhávamos, foi possível manter um diálogo aberto, caso surgissem dúvidas como, por exemplo, sobre o grau e profundidade das intervenções editoriais que poderíamos fazer, para a qual nos foi dada total liberdade para sugerir todas as alterações que considerássemos necessárias.

O propósito da revisão de texto é o de remover quaisquer obstáculos entre o leitor e a mensagem do autor, detetando e resolvendo problemas antes da seguinte fase de produção: o revisor é o defensor dos interesses do leitor e o embaixador do autor, um papel cada vez de maior importância nesta época digital. Existem vários tipos de revisão, como a substantiva, que aborda o manuscrito de forma mais geral (o seu conteúdo, âmbito, organização, etc.); a detalhada, concernente ao sentido, que garante que este é expresso de forma clara; a verificação de consistência em detalhes como as aspas, a grafia e outros pormenores que devem ser usados com coerência e, muitas vezes, de acordo com as regras estabelecidas pela editora; e, finalmente, a apresentação clara do texto, para que possa ser facilmente interpretado pelo responsável pela paginação (Butcher *et al*, 2006, pp. 1-2). No Bairro dos Livros, é esperado que cada revisão tenha em conta todos estes aspetos, daí ser

¹⁵ Pessoa, F. (s.d.). *Pessoa Inédito*. Orientação, coordenação e prefácio de Teresa Rita Lopes. Lisboa: Livros Horizonte, 1993, p. 93.

feita por mais do que uma pessoa, mais do que uma vez. Percebe-se, então, por que é raro encontrar um excelente revisor: deve ser um leitor inteligente e um crítico sensível, minucioso, ser capaz de se interessar por todo o género de assuntos (o suficiente para conseguir adotar a perspectiva do leitor) e defender a mensagem do autor em todas as fases de produção do livro (*ibidem*, p.4).

Esta revisão foi feita via ficheiro digital, o que, na minha experiência, é mais comum do que trabalhar com o manuscrito ou o documento impresso, muitas vezes por questões de tempo e conveniência. Ainda que não acredite que se deva abandonar completamente as anotações feitas em papel, compreendo o porquê de esta estratégia ser a mais utilizada: podem ser feitas correções diretamente no ficheiro (ainda que, exatamente por haver este acesso ao conteúdo, seja importante esclarecer os limites da edição), existem ferramentas que nos permitem detetar e resolver problemas mais rapidamente e é possível incluir, de igual forma, comentários a serem debatidos com o autor ou com a equipa editorial. Da minha parte, foi necessária uma especial atenção a certas imprecisões a nível de datas e factos pois, como estava familiarizada com o conteúdo, principalmente quando eram feitas referências a fontes que eu própria havia encontrado no decurso da minha investigação, a deteção desses erros era importante. Além disso, como a autora não escreve segundo o Novo Acordo Ortográfico, foi também importante atualizar a ortografia. Depois de uma primeira revisão, considerei vantajoso usar um conversor automático, o Lince, de forma a garantir que não havia qualquer falha. De futuro, penso que será proveitoso conhecer melhor as ferramentas de edição de processadores de texto, como o Microsoft Word – isto porque não fiz uso das opções de revisão disponíveis, como o “Registar Alterações” (*ibidem*, p. 407-408), que teriam sido uma ótima assistência nesta tarefa. Como o documento foi depois devolvido à Minês Castanheira, que procedeu à edição final, acredito que teria sido uma mais-valia.

Como já havia sido referido, a Livraria Lello tomou a decisão de mudar de rumo com esta obra e transformá-la numa edição de luxo. O Bairro mantém-se, no entanto, a coordenar este projeto, o que implica contactar diferentes *designers* e servir de ponte entre estes e a administração. Até ao momento, não existe data prevista para a publicação.

2.1.3. *CRÓNICAS DO BAIRRO* – Recolha e organização de conteúdo e revisão de texto

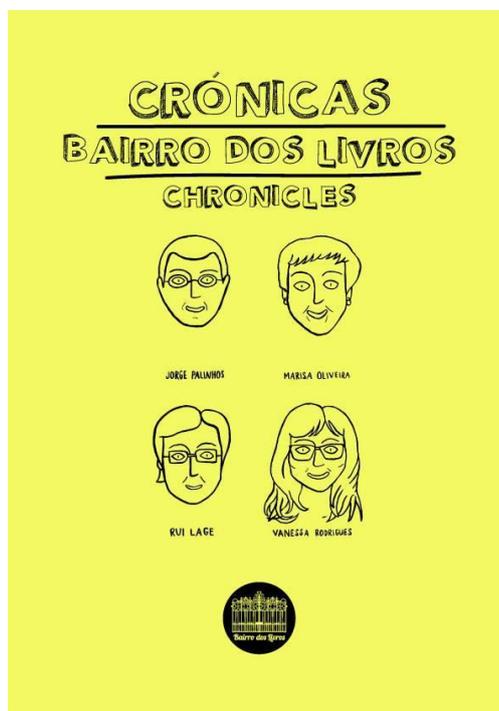


Figura 12 – *Crônicas do Bairro*, 2018

As *Crônicas do Bairro* (Figura 12) foram pensadas para celebrar o Bairro dos Livros numa obra que reuniria as crónicas publicadas em parceria com o semanário *Grande Porto*, numa página dedicada às “Coisas do Bairro” e, mais tarde, em parceria com o jornal digital *Porto24*. As crónicas semanais, escritas por Vanessa Ribeiro Rodrigues (autora e jornalista), Jorge Palinhos (autor e dramaturgo), Rui Lage (célebre poeta, autor e ensaísta), Rui Manuel Amaral (autor e coordenador literário da revista *aguasfurtadas*) e Marisa Oliveira (autora brasileira), tinham como tema central a literatura, discorrendo sobre vários episódios (reais e ficcionais) da vida dos cronistas, todos eles com o mesmo mote: o livro. Nesta adição à Coleção Bairro dos Livros, os textos seriam acompanhados de sugestões de pontos de leitura, de forma a criar um roteiro pelo Porto, guiando o leitor pela cidade enquanto lia. Seria também incluída a história do Bairro, naquela que deveria ser uma obra comemorativa da editora. Tal acabou por não ser possível, devido a divergências com os cronistas, pelo que o conceito foi dividido: seria editado um livro de crónicas e um guia do Bairro (*Porto: Mapa do Bairro*, 2018).

Fiquei responsável por reunir todas as crónicas e organizá-las num documento; algumas destas foram transcritas a partir de fotografias da crónica em questão no jornal, enquanto que no caso de outras, que estavam já disponíveis *online*, foi possível copiar e colar o texto. Foi necessário consultar exemplares do semanário na Biblioteca Pública Municipal do Porto para obter crónicas em falta – uma delas por ser ilegível a partir da imagem disponível e outra porque a hiperligação para a mesma estava quebrada. Separei-as por autor e cronologicamente, criando hiperligações nos títulos, para que cada crónica pudesse ser facilmente acedida.

Depois de feita uma seleção das melhores, procedi à revisão. Tratava-se de textos já publicados, pelo que a tarefa foi maioritariamente de normalização. Este documento foi enviado aos autores, que o reenviaram com as suas próprias sugestões e correções, as quais foram discutidas entre a equipa e também com os cronistas. Algumas, por serem incongruentes com as normas definidas pela editora, não foram aceites.

No final, foi-me pedida uma revisão da tradução inglesa das crónicas, devido à minha formação em Línguas, Literaturas e Culturas, variante em Português e Inglês. Neste caso, era importante estabelecer comunicação não só com os autores, mas também com o tradutor. Não tendo experiência com tradução de textos em inglês, apoiei-me bastante na *internet*, tentando encontrar guias de orientação. Certifiquei-me que os títulos das obras, as abreviações e os acrónimos tinham sido traduzidos para o seu equivalente nessa língua (a título de exemplo, *Sexta-feira ou os limbos do Pacífico*, de Michel Tournier, para *Friday, or, The Other Island* – caso fosse feita uma tradução palavra por palavra, é possível que a mensagem se perdesse, caso o título não fosse reconhecido), e consultei frequentemente o original, para garantir que o sentido pretendido se mantinha (Butcher *et al*, 2006, pp. 291-292). Encontrei vários problemas derivados de uma tradução literal, como os que se seguem:

- O excerto “livraria-papelaria em madeira” foi traduzido para “newsstand in wood”, pelo que sugeri alterar para “newsstand made of wood”.
- “Por esta altura, faz um ano que pensei nele” para “By this time, I thought of him a year ago”, pelo que sugeri alterar para “By now, a year has gone by since I last thought of him”.

- “num hospital por aí” para “in a hospital out there”, pelo que sugeri alterar para “in a hospital somewhere”.
- “a-fotografia-tipo-passe-de-um-rapaz” para “a-pass-like-picture-of-a-boy”, pelo que sugeri alterar para “a-wallet-size-picture-of-a-boy”.
- “amu-te” para “I luve you”, pelo que sugeri alterar para o mais corrente “I luv you”.
- “Sem ti, fico no chão” para “Without you, I am on the ground”, pelo que sugeri alterar para “Without you, I stay grounded”.

Estes são apenas alguns exemplos, uns mais flagrantes que outros, de passagens onde a tradução foi melhorada por uma adaptação mais correta do sentido à língua de chegada. É aconselhado que os tradutores se soltem do texto original e almejem à tradução de sentido por sentido, não de palavra por palavra; desta forma, a mensagem, e não apenas o conteúdo, é transmitida e assim compreendida pelos leitores da língua de chegada.

Acrescentei então as minhas notas de tradução ao texto, que seriam revistas e discutidas com a Minês Castanheira. Este documento foi depois enviado aos autores, para uma última revisão.

2.1.4. PORTO: MAPA DO BAIRRO – Pesquisa e produção de conteúdo, tradução, edição e revisão de texto e organização do lançamento do livro

Como foi mencionado anteriormente, o conceito por detrás do *Mapa do Bairro* nasceu a partir das *Crónicas do Bairro*. Fora-me então atribuída a tarefa de proceder a uma pesquisa simples sobre locais do Porto que pudessem funcionar como sugestões de leitura para cada crónica (como, por exemplo, a Rua Formosa) e escrever um curto parágrafo sobre o que as pessoas poderiam aí encontrar (por exemplo, visitar a loja Porto de Magia, comprar um livro com história na Livraria Lumière e sentar-se a ler no café/ livraria/ atelier de design Alambique). Quando o plano para a edição das *Crónicas* se transformou em dois projetos diferentes, foi-me pedido que continuasse esta pesquisa e produção de conteúdo, mas que desenvolvesse ainda mais os textos sobre cada um dos locais.

A ideia de “cartografar” um *Mapa do Bairro*, de criar um guia literário do Porto que contasse também a história da editora, era algo que o Bairro dos Livros desejava fazer há já algum tempo. Como já foi referido, trata-se do livro com maior propósito comercial da Coleção do Bairro. Em termos do *design* e da paginação, verificamos que existiu essa

preocupação. Marshall Lee (2004, p. 302) aconselha atenção aos seguintes aspetos no quadro da estratégia comercial: identificação do público-alvo e consequentes decisões para satisfação deste; formato e adequação do mesmo à utilização prevista; especificidades da logística referente à distribuição e venda *online* e/ ou em livrarias; e, finalmente, gestão da tiragem da 1.^a edição, tendo em conta os custos dos materiais e impressão. Analisando o caso do *Mapa do Bairro*, conclui-se o seguinte:

- a) A natureza do público-alvo: podemos inferir que o cliente ideal para este livro será alguém que gostaria de conhecer melhor a cidade do Porto e que se interessa também por literatura. Dadas estas premissas, foi tido em conta o facto de o público incluir os turistas, daí ser uma edição bilingue, paginada com o texto em português e a sua tradução em inglês lado a lado, em duas colunas. O leitor-alvo será também um leitor jovem adulto ou adulto, interessado em cultura. A linguagem usada reflete isso mesmo – *design* contemporâneo, cores vibrantes, capa aveludada e ilustrações da artista Clara Não, conhecida pela sua mensagem irreverente, jovem e, muitas vezes, feminista.
- b) Formato: foi impresso num formato 130x190 mm, sem existir uma versão digital, com o intuito de ser manuseado e transportado tal como um guia convencional.
- c) Distribuição: o objetivo seria o de vender o livro *online* e de o colocar à consignação numa determinada seleção de livrarias. O *design* é atrativo, pensado para captar a atenção do público numa livraria, sendo que a sua extensão é a que se esperaria de um guia (cerca de 120 páginas + mapa ilustrado destacável), pelo que não destoaria dos restantes do género. É ainda leve o suficiente para que o envio por correio não implique custos dissuasivos para o comprador, pelo que não existe qualquer conflito.
- d) Quantidades da primeira edição: tomou-se aqui uma atitude cautelosa com uma tiragem pequena, por existirem apreensões quanto ao potencial sucesso da obra, mas tal não afetou decisões relativas ao material, impressão, etc. Ainda assim, foi discutida a possibilidade de uma segunda edição, o que ilustra nitidamente o seu propósito comercial.

Relativamente à produção do livro, acredito que houve uma clara falta de comunicação entre a equipa, o que levou a que todas as fases do processo fossem apressadas, conduzindo

a decisões precipitadas. A data do lançamento determinou a data-limite para as alterações, o que afetou a pesquisa e produção de conteúdo, levando a uma certa insatisfação com o meu trabalho, não expressa pela editora, mas sim por mim. Foi-me pedida a elaboração de textos com linguagem clara, acessível e apaixonada, mas temo que, devido à minha inexperiência combinada com a falta de tempo, nem sempre tenha conseguido incutir essas características no conteúdo. Aquele que me mais me agradou, o da contracapa (Anexo III), aproxima-se mais do estilo de escrita à qual estou habituada, de caráter livre e criativo.

Outro pedido que me deixou reticente foi a tradução da totalidade do texto, a poucos dias do lançamento. Não tendo formação em tradução, fui obrigada a confiar apenas na minha competência na língua, o que não será o suficiente para que o texto seja o melhor possível. Procurei afastar-me do *literalism*, em que a tradução segue o original palavra por palavra, ou tão aproximadamente desse ideal quanto possível, e tentei garantir a fluência, tornando a tradução acessível e legível para o leitor da língua de chegada (Robinson, 1997, pp. 8-9). Foi importante para mim adequar o sentido, contextualizar expressões idiomáticas e outros jogos de palavras ao seu equivalente anglo-saxónico, mas o resultado ficou aquém do que gostaria. Mario Pei (1966, p. 427) explica que “[t]ranslating and interpreting require a perfect command of two languages, and most of us do not command even one”. Daí a importância da tradução profissional – independentemente da formação que alguém possa ter numa determinada língua não materna, apenas um tradutor versado nessa mesma língua poderá desempenhar essa tarefa de forma rigorosa e sustentada, principalmente quando se trata de literatura: “[w]hen it comes to technical, commercial, or literary translations, the situation is even worse. [...] The problems that arise in connection with translation are infinite” (*ibidem*, p. 429-430). Assim, acredito que esta tradução beneficiaria de uma futura revisão profissional por um tradutor habilitado e experiente.

O passo seguinte do processo foi também algo acidentado. A Minês Castanheira procedeu, antes de mais, à edição e revisão substantiva dos meus textos; importante será dizer que a Catarina Rocha foi responsável por alguns, pelo que foi necessário garantir que o texto final não deixasse evidente duas autorias diferentes. Enquanto o conteúdo em português era revisto pelo Paulo Brás, eu trabalhava na versão em inglês; várias vezes, o texto era modificado, o que significava mudanças também na tradução. Fiquei responsável

pela revisão final, numa abordagem extensiva¹⁶, do texto na totalidade (original e tradução), enviando as minhas notas à Catarina, que se encontrava a terminar a paginação. Acredito que, com melhor comunicação entre a equipa e melhor organização das tarefas de acordo com o tempo disponível, este processo teria sido muito mais bem-sucedido e o resultado significativamente mais satisfatório. Ainda que compreenda que, numa equipa pequena, a mesma pessoa poderá assumir várias funções, penso que deve ser respeitado o devido processo e garantido tempo suficiente em cada passo, para que seja possível finalizar o projeto com o nível de qualidade idealizado.

Apostou-se bastante na comunicação desta edição, particularmente no anúncio do seu lançamento. Foi produzido um vídeo para esse efeito, tendo sido a sua conceção discutida em reunião informal. A ideia seria a de convidar um profissional de atletismo e gravar o lançamento literal do livro, o que causou algumas preocupações relativamente à possível ofensa de suscetibilidades; no final, decidiu-se que seria um risco calculado, a fim de se transmitir o sentido de humor que caracteriza este guia. Além disso, ainda que o vídeo pudesse causar alguma polémica no meio literato, provocar uma discussão resultaria em mais visualizações e maior promoção da obra. Os chamados “vídeos virais” tornaram-se numa estratégia de *marketing* amplamente adotada por várias empresas, numa altura em que as redes sociais, como o Facebook ou o Twitter, e as comunidades *online*, como o Reddit e o Tumblr, reúnem maior poder como influenciadores sobre os consumidores, destronando os meios de comunicação tradicionais, como confirma John B. Thompson (2010, p. 242):

[o]ne of the most significant changes has been the decline of traditional ‘mass’ media, especially television and the print media like newspapers and magazines, and the growing importance of more specialized ‘micro media’ as key channels for the marketing and promotion of books.

Assim sendo, contactei a Associação de Atletismo do Porto a fim de encontrar uma mulher atleta de lançamento do martelo e foi-me fornecido o contacto de Ana Granja, uma praticante premiada de 19 anos, que aceitou o desafio. O vídeo foi gravado na Póvoa de Varzim, onde estive presente para assistir à produção, e, depois de editado, foi partilhado no

¹⁶ Emendas tipográficas, linguísticas, revisão de pendor literário e científico e ainda adequação da linguagem ao público-alvo.

Facebook do Bairro dos Livros e na página do evento criada para o lançamento, onde obteve cerca de 100 gostos, 20 partilhas e 12 mil visualizações.

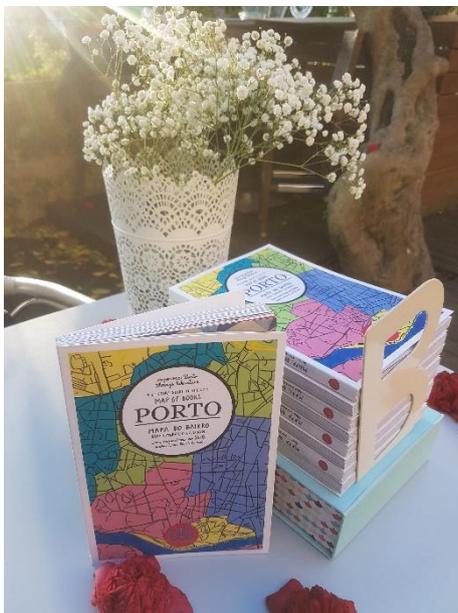


Figura 13 – Lançamento do *Porto: Mapa do Bairro* (12/05/2018)

A festa de lançamento do livro (Figura 13) foi combinada com o 7.º aniversário do Bairro e teve lugar no jardim do restaurante *Árvore*, no centro do Porto. Para divulgar o guia, a Minês Castanheira ficou responsável pela comunicação e assessoria de imprensa. Um *press* foi criado e enviado para várias entidades da comunicação social, resultando em artigos no *JornalismoPortoNet*, no *P3-Público* e no *Jornal de Notícias*, bem como uma entrevista dada à Rádio Nova. Centenas de pessoas foram convidadas, inclusive através do evento no Facebook, para uma festa onde a venda do guia foi discreta, mas o ambiente bairrista foi abundantemente celebrado. Foram lidos o prefácio e o texto da contracapa do guia, sem faltar declamação de poesia, e a Catarina Rocha e a Minês Castanheira falaram um pouco sobre quão querido era este projeto para a editora. No dia seguinte, foi colocado à venda no *website* do Bairro dos Livros e o plano seria ficar disponível numa seleção de livrarias e espaços culturais do Porto também.

2.1.5. ERA UMA VEZ – Revisão de texto e organização do lançamento do livro

O conto *Era Uma Vez* fala sobre a história de uma princesa que constrói um castelo junto do príncipe pelo qual se apaixona, palácio este erguido através do poder dos sonhos dos dois,

enquanto idealizavam a sua vida em conjunto. Quando o seu amado se afasta e se deixa distrair pelo seu trabalho, negligenciando a relação, o castelo começa a ruir, assim como o amor. No fim, a princesa apercebe-se que é ela mesma quem detém essa magia e parte rumo a um futuro risonho, sem parceiro de viagem a não ser a sua própria coragem.

Este livro marca o início da minha experiência com edições de autor, num projeto que teve como principal preocupação criar um livro único, que fosse ao encontro das expectativas da autora. Quando comecei o estágio no Bairro dos Livros, o manuscrito já estava na fase de provas finais e fiquei a saber que era da autoria de Sara Silva Natária, arquiteta cofundadora do projeto SWark, que pretendia encerrar um capítulo da sua vida. A mensagem do livro não será necessariamente original ou inovadora, mas é um exemplo perfeito da edição que muitas vezes se encontra nesta editora: obras com carácter emocional, sem propósito comercial. A autora estava perfeitamente ciente disso e, aliás, era de sua vontade distribuí-lo apenas entre família e amigos.

Foi-me pedida uma revisão dessas provas: sendo a primeira que fiz no âmbito do estágio, decidi imprimir o documento e utilizar a Norma Portuguesa 61 para esse efeito. Durante a nossa formação em revisão, aprendemos que existem vários tipos de revisão, como a normalização, a linguística, a tipográfica, a de linguagem, a literária, a de conteúdo/científica e o *editing* – neste caso em particular, foram detetadas maioritariamente falhas a nível linguístico. As notas foram colocadas, como dita a norma, nas margens do texto, visíveis e legíveis. No entanto, ainda que tenham sido empregados os sinais convencionais, a NP-61 não é uma linguagem passível de ser compreendida por todas as equipas editoriais, principalmente em editoras pequenas. Portanto, rapidamente me apercebi que não seria viável usar esta estratégia, pois seria desperdiçado tempo a esclarecer os símbolos usados. De qualquer forma, aplicar esta norma permitiu a criação de uma estrutura mental, no que se refere ao ciclo de revisão, que viria a ser vantajosa em todas as tarefas deste género.

Terminado o livro, seguiu-se o planeamento do seu lançamento. Estas decisões são discutidas em reunião, onde são sugeridas várias ideias pela equipa do Bairro. A autora insistiu num evento íntimo, simples e familiar, o que levou à proposta de organizar o lançamento na histórica livraria Moreira da Costa (Figura 14), com quem a editora nutre uma estreita relação, e três mulheres, representando três gerações distintas, iriam falar sobre a sua interpretação pessoal do conto. Sugeriu alguém para participar, tendo sido eu própria convidada a fazê-lo; assim, elaborei um pequeno texto, que li durante o evento. Esta foi a única surpresa planeada pelo Bairro, tendo tudo o resto sido confirmado e aprovado pela autora. Como primeira experiência num lançamento de livro, foi profundamente gratificante ter a oportunidade de participar logo de forma tão envolvente. Neste “batismo bairrista”, apercebi-me que estaria envolvida em projetos bastante diferentes, de forma inesperada.



Figura 14 – Lançamento de *Era Uma Vez*, de Sara Silva Natária (30/09/2017)

2.1.6. *ECDISE* – Recolha e organização de conteúdo, edição e revisão de texto

O livro em que, de seguida, estive envolvida foi uma obra de poesia de Fátima São Simão, Diretora de Desenvolvimento da UPTec - Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto, que tem como missão apoiar a criação de *startups* (curiosamente, ou não, foi onde o Bairro nasceu). Tratava-se de uma coleção de poemas que a autora havia escrito em adolescente e jovem adulta e que queria agora ver publicados. Não sugeri qualquer plano: apenas existiam folhas soltas e a escritora encarregou-nos de digitalizá-las, de selecionar os poemas, editá-los e organizá-los em capítulos. Inclusive, foi a editora que propôs um título, *Um sítio onde encerrar... mas ainda não*, que foi inicialmente aceite, mas depois foi substituído pelo atual *Ecdise*.

Estava reticente em trabalhar com poesia, pois trata-se de um género com o qual não estou familiarizada, logo não seria a leitora ideal, ou melhor, a crítica ideal para fazê-lo. Mesmo a Minês Castanheira, também ela poetisa, tinha algumas reservas sobre editar este tipo de texto, por se tratar de algo tão pessoal e, possivelmente, emocional. Li a seleção de poemas e sugeri transcrever o texto para um ficheiro digital, já com as sugestões de edição integradas. Pretendia com isto evitar que a autora fosse obrigada a lidar com as anotações e rasuras feitas nos poemas escritos pela sua própria mão. Assim sendo, criei um documento onde incluí algumas notas com dúvidas e sugestões, bem como a minha revisão. Dada a minha inexperiência, procurei comentar o menos possível a questão da qualidade do texto, mas ofereci algumas propostas de mudança de vocabulário, muito discretas – visto que uma boa revisão é invisível (Butcher *et al*, 2006, p. 32) –, que seriam avaliadas pela Minês e, posteriormente, sugeridas à autora. Neste caso, existia uma relação amigável entre a poeta e a editora, pelo que as alterações sugeridas foram recebidas com interesse e algumas foram mesmo aceites e incorporadas. Caso não houvesse esta proximidade com o autor, seria necessário estabelecer uma boa base de comunicação, para que este pudesse ser informado sobre a edição a ser feita e disponibilizar-se para responder a questões que pudessem surgir; caso contrário, as provas finais poderiam ser recebidas com desagrado e ser exigido que as mudanças fossem revertidas para o texto original. É importante também que o autor, quando recebe o documento para aprovação, seja alertado para datas-limite e evite fazer alterações não marcadas: caso o texto esteja já a ser paginado, poderá causar atrasos caso as mudanças não estejam assinaladas de forma a serem facilmente encontradas no documento e, além disso, é útil manter um registo de linguagem e de estilo coeso (*ibidem*, pp. 33-36). Durante a produção deste livro, pude comprovar que existem estas preocupações entre a equipa do Bairro dos Livros.

Mais tarde, a autora mostrou interesse em incluir também poemas mais recentes, que publica ocasionalmente no seu *blog Fish and Hips*. Com este objetivo em mente, li e transcrevi uma seleção de poemas e textos deste seu diário virtual, para possível inclusão no livro. Criei então um documento com os mesmos, acrescentando alguns apontamentos e sugestões, bem como realce dos títulos que considerei serem mais adequados. A Minês Castanheira editou essa seleção e pediu que eu sugerisse a melhor posição dos mesmos dentro dos capítulos, organização esta que foi depois aprovada pela autora.

Atualmente, o livro está nas mãos de Manuela São Simão, artista visual e multidisciplinar formada em Artes Plásticas, a ser transformado num verdadeiro objeto interartes.

2.1.7. AS RECEITAS DA MINHA BISAVÓ & OS POEMAS DO MEU BISAVÔ – Pesquisa e tratamento de imagens, design e paginação

Perto da época de Natal, a Minês Castanheira desafiou-me a paginar os poemas do seu avô e as receitas da sua avó, que gostaria de ver preservados em pequenos livros A5 que seriam oferecidos à sua família. Em forma de orientação, falou-me um pouco sobre as origens transmontanas dos seus avós e que gostaria que o *design* refletisse isso mesmo, realçando que queria uma estética “artesanal”, simples e tradicional. Ainda que se tenha tratado de um pedido informal, penso que este deve ser aqui incluído, pois evidenciou, de forma bastante clara, as dificuldades com que me debato nesta área.

Em relação ao livro de receitas, após ter enviado as primeiras provas para obter *feedback*, foram-me enviadas, em resposta, exemplos de figuras que deveriam guiar as opções de paginação e de ilustrações. Procurei por imagens semelhantes, que fossem adequadas ao contexto, tendo como principal obstáculo a minha inexperiência com tratamento de imagens. O *layout* das páginas também colocou desafios: como criar a narrativa pretendida através da composição da página? Tencionava criar dois cadernos que pudessem ser encontrados na casa de quaisquer avós transmontanos, queria que a história destes e das suas origens transparecesse e sabia que poderia conseguir fazê-lo através não só dos elementos a ser colocados na página, mas também da sua disposição. Gavin Ambrose e Paul Harris, em *The Layout Book*, confirmam que “[d]esigns can contain distinct social, ideological, psychological and theoretical narratives that seek to provide meaning to the visual communication of the individual design elements. These are created through the selection, positioning and sequence of design elements in the layout” (2007, p. 80). Coloquei as ilustrações nas páginas pares, de forma a destacar o mais importante, que eram as receitas nas páginas ímpares (Anexo IV). Considerei que o leitor acabaria por fazer a seguinte leitura: um breve olhar sobre a ilustração à esquerda e, depois, o nome da receita, a receita e eventual pequena ilustração que a acompanha, terminando por, possivelmente, analisar mais atentamente a ilustração na página à esquerda. Pesquisei por imagens que pudessem, de alguma forma, dialogar com a receita, sendo que estas deveriam ter um propósito sugestivo (Lee, 2004, p. 150), projetadas para estabelecer e fomentar um determinado sentimento

nostálgico, e coloquei-as a preencher toda a página. Procurei respeitar os quatro princípios básicos do *design* (Williams, 2008, p. 13): o contraste, entre as páginas pares e as ímpares; a repetição, através dos cabeçalhos, de elementos gráficos como os filetes, do próprio *layout* e das fontes tipográficas; e também o alinhamento e a proximidade, visível no *layout* das páginas ímpares. O mesmo diria do livro de poemas, onde foram seguidas as mesmas estratégias, por uma questão de coerência e ligação entre os dois. Neste, as imagens consistem em cenários dos Trás-os-Montes, em particular das Minas de Ervedosa e da aldeia de Nuzedo de Baixo, de onde o avô é natural, nas quais coloquei uma moldura, alusiva àquelas encontradas em fotografias antigas (Anexo IV). As fontes tipográficas utilizadas em ambos os livros (Rockwell Extra Bold e Georgia) pretendiam criar contraste entre robustez e elegância clássicas (*ibidem*, p. 145). As capas são semelhantes, partilhando o *layout*, diferindo apenas no conteúdo e nas cores de fundo. A minha intenção foi a de escolher cores terrenas e pálidas, que não se afastassem da natureza dos livros e que comunicassem a intenção de “tradição” desejada.

Os problemas que se tornaram evidentes após a impressão foi a falta de resolução e o contraste das imagens. Ambos seriam facilmente evitados com provas de impressão, as quais não foram feitas por falta de experiência, mas também de tempo. Algumas decisões de paginação mereceriam reavaliação e refinamento, particularmente a disposição dos poemas, cujo alinhamento ao centro dificulta a leitura e produz, esteticamente, um efeito amador e desagradável. Finalmente, a falta de conhecimento sobre o tipo de papel mais adequado, entre outros aspetos da impressão, impediu que o produto final fosse aquele que foi idealizado. No futuro, acredito que será vantajoso para mim apostar na contínua formação em *design* e em cursos sobre *software* de paginação e de manipulação e tratamento de imagens.

2.1.8. BRASIL, MEU AMOR – Revisão de texto

Maria Helena Matos é a criadora do *blog* pessoal *Viagens da Helena*, onde relata a concretização do seu sonho de visitar o Brasil e fala sobre como essa travessia do Atlântico alterou a sua perspetiva sobre a vida. Daí nasceu o seu empreendimento no âmbito do *travel coaching*, um conceito baseado em potenciar cada viagem através do acompanhamento por um mentor. Com o objetivo de apresentar as *Viagens da Helena* na Bolsa de Turismo de Lisboa 2018 (BTL '18), que decorreu de 28 de fevereiro a 04 de março, a *blogger* contactou

o Bairro dos Livros para editar um livro (Figura 15) que compilasse os seus *posts*, numa estratégia de divulgação da sua página e do seu novo papel como *travel coach*.



Figura 15 – *Brasil, Meu Amor*, 2018

O meu único envolvimento nesta obra foi a revisão de texto; no entanto, considerei importante falar sobre ela pelo simples facto de ter sido o único projeto editorial em que participei que levantou alguns problemas, dada a insatisfação da autora com o resultado.

Tendo sido contactada em dezembro de 2017 acerca desta iniciativa, a equipa do Bairro dos Livros aceitou o desafio de produzir o livro até finais de fevereiro de 2018. Foram marcadas reuniões sobre o mesmo, onde se discutiram os detalhes, mas, face à falta de resposta em relação a alguns destes por parte da autora, a edição avançou morosamente. Quando foi retomada, tornou-se evidente que existiam certos problemas no texto que necessitariam de edição significativa, a qual ficou ao encargo de Paulo Brás. Estas questões foram abordadas em conjunto com a autora e, depois de tomadas as decisões, foi necessário proceder à revisão substantiva do manuscrito.

Enviadas as primeiras provas à autora, estas foram recebidas com várias objeções, as quais foram resolvidas, já muito perto da data-limite. Entretanto, foi-me pedida uma última leitura com urgência, tendo eu procedido a uma revisão mais rápida e ligeira, com todos os inconvenientes que isso envolve, nomeadamente a inviabilidade de um trabalho minucioso. No entanto, as correções apontadas acabaram por não ser incorporadas, visto que foram

necessárias mudanças de última hora na paginação, o que levou a que não fosse possível fazer as alterações necessárias.

No final, a autora expressou alguma insatisfação com o processo e com o resultado, ainda que a obra tenha sido publicada e apresentada na BTL '18. A publicação por conta própria carrega consigo obstáculos que um autor que pretende editar a sua obra sem a interferência de uma editora deve estar preparado para ultrapassar. Já foi acima discutida a relevância de um editor, principalmente numa altura em que a edição de autor é cada vez mais procurada, na medida em que age como importantes mediadores entre o autor e o seu público, adequando e adaptando a sua mensagem até que esta esteja pronta a ser partilhada. Este processo deve ser respeitado e prezado – no entanto, autores pouco familiarizados com ele podem não compreender o seu valor. Caso optem pela autopublicação, terão de enfrentar as dificuldades relacionadas com todas as fases envolvidas na produção de um livro; neste caso, foi o Bairro que não teve sucesso em conseguir transmitir o que essas fases implicam e gerir adequadamente as expectativas da autora ao longo destas.

2.1.9. DE PORTUGAL A MACAU – Design da capa e paginação dos elementos peritextuais

De Portugal a Macau é uma coletânea de ensaios publicada *online* “no âmbito das atividades do Grupo de Investigação Raízes e Horizontes da Filosofia e da Cultura em Portugal do Instituto de Filosofia da Universidade do Porto, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia”¹⁷. A Professora Doutora Celeste Natário, que fez parte da organização da versão digital, expressou vontade em reeditar a obra em papel. Para tal, contactou o Bairro dos Livros que, por sua vez, me atribuiu essa responsabilidade.

Uma das maiores dificuldades com que me deparei foi a impossibilidade de editar o miolo da versão original ou, pelo menos, desconhecimento de ferramentas que tornassem isso possível. Assim, repaginei apenas as páginas dos elementos peritextuais, nomeadamente a ficha técnica, a folha de rosto, a dedicatória e o índice.

Para esta edição impressa, foi necessário pedir um novo ISBN (*International Standard Book Number*, sistema internacional de identificação de livros) e o número de registo de Depósito Legal (registo atribuído às monografias e publicações em série, correspondente à

¹⁷ AA.VV. (2017). *De Portugal a Macau: Filosofia e Literatura no Diálogo das Culturas*. Universidade do Porto, Faculdade de Letras, p. 4. Retrieved from <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/15891.pdf>

deposição de um certo número de exemplares num repositório específico, que em Portugal é administrado pela Biblioteca Nacional). Foram-me dadas as instruções e as informações necessárias para o preenchimento dos pedidos, nomeadamente o prefixo da editora (ou da chancela), que, iniciando a sequência numérica, permite identificá-la de forma inequívoca.

Neste projeto, a minha seleção de fontes tipográficas foi limitada à utilizada no restante texto, a Cambria, podendo apenas escolher uma outra a ser aplicada ao título na capa e apenas como pequeno contraste no título da ficha técnica e também na folha de rosto. Assim sendo, procurei uma fonte de livre utilização, que considereei aproximar-se da estética macaense e que, portanto, se adequaria à mensagem que a capa deveria transmitir ao seu público-alvo.

Fiquei extremamente satisfeita com as mudanças no índice (Anexo V), pois acredito ter organizado a informação de forma muito mais clara e legível. Em relação à capa, utilizei a imagem escolhida na versão digital, mas aumentada até ocupar a totalidade da capa e da lombada. Mantive a contracapa simples, utilizando o tom de azul semelhante ao que se encontra na fotografia da calçada na capa, ao qual sobrepus um bloco de cor cinzenta (este mesmo tom foi utilizado no título, para criar alguma coerência), de forma a destacar os logótipos das entidades envolvidas na organização do livro, nomeadamente a FCT, entidade financiadora desta edição subsidiada. Acredito ter encontrado soluções criativas, com a ajuda de Catarina Rocha, que resultaram numa capa sóbria e atrativa, de acordo com o seu propósito académico. Procurei tornar o título mais interessante, rodando a letra “A” a 90°, de forma a sugerir movimento, direção, para remeter à ideia da ligação entre Portugal e Macau (Anexo V). Penso que foi uma clara evolução relativamente aos trabalhos de *design* de capa anteriores, ainda que haja muito espaço para melhorar e aprender.

2.2. ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Como já foi referido, a produção de eventos e de animação cultural faz parte do rol de serviços que o Bairro dos Livros oferece, bem como outras variadas ações de comunicação. Neste capítulo, irei falar de dois projetos desta natureza em que estive envolvida, ambos promovidos pela Livraria Lello – o jantar para fãs do *Harry Potter* e a instalação de arte *O Rosto do Porto*, concebida com o desígnio de homenagear e celebrar os habitantes do Porto. Estes foram os mais exigentes e os que atingiram maiores dimensões, inclusivamente a nível de atenção mediática, daí considerar importante a sua apresentação.

2.2.1. JANTAR LITERÁRIO – SAGA *HARRY POTTER*

Existem várias hipóteses, discutidas principalmente por fãs da célebre saga *Harry Potter*, sobre que locais, factos e personalidades do Porto terão sido fonte de inspiração para a autora britânica J. K. Rowling, que foi professora de inglês em Portugal entre 1991 e 1993, na conceção de certos detalhes desse universo mágico. Entre essas relações de proximidade contam-se, por exemplo: a semelhança entre os uniformes usados pelos jovens feiticeiros e os trajes universitários portugueses; o próprio título do primeiro volume da saga, *Harry Potter and the Philosopher's Stone*, que poderá ser uma referência ao poema “Pedra Filosofal” de António Gedeão (cuja versão musicada, de Manuel Freire, é frequentemente cantada pelos estudantes universitários); quanto ao nome Salazar Slytherin, fundador da casa Slytherin, conhecido pela sua fome por poder, este contém, como a própria autora admitiu, uma alusão ao ditador António de Oliveira Salazar (Rocha *et al*, 2017).

A Livraria Lello abraçou completamente as teorias que apontam a sua icónica escadaria como inspiração para a ardilosa escadaria de Hogwarts, bem como a possibilidade de ser a musa por detrás da livraria dos feiticeiros, Flourish and Blotts. Como já foi mencionado anteriormente, ligar uma marca a uma outra assim tão forte, por ser universalmente reconhecível e bem-sucedida quanto a do *Harry Potter*, é uma estratégia eficaz e frutífera – uma simples pesquisa no Google por “livraria do Harry Potter” será o suficiente para provar os seus resultados. Como tal, a Lello tornou-se um local de paragem obrigatório para todos os *potterheads*¹⁸ de visita. Para cimentar e celebrar esta associação, a Livraria decidiu

¹⁸ Aficionados pela saga *Harry Potter*.

convidar os fãs a juntarem-se num jantar que pretendia fazê-los sentir-se como verdadeiros feiticeiros à mesa do Salão Principal de Hogwarts. Para o organizar, contratou o Bairro dos Livros.

O evento, com data marcada para 7 de dezembro de 2017, seria o primeiro de uma série de Jantares Literários e começou a ser organizado em setembro, numa reunião de discussão de ideias. Por eu própria ser fã da saga, encontrei-me numa posição privilegiada para dar sugestões relacionadas com o conceito, decoração, plano geral e pormenores que poderiam agradar aos convidados. Assim, pesquisei e organizei um número de propostas que apresentaria à equipa.

Uma delas foi a de reservar um autocarro AEC ROUTEMASTER, o meio de transporte icónico britânico que faz uma aparição na saga. Encontrei a empresa TheBus, que me pareceu a escolha certa para concretizar este plano; e assim foi, com um pequeno revés: apenas dispunham da versão descapotável, uma opção infeliz para dezembro. Ainda assim, foi algo que entusiasmou os convidados, sendo estes acompanhados por um ator que representava o fiel caseiro Hagrid, um favorito dos fãs, numa viagem com música e jogos.



Figura 16 – Jantar *Harry Potter*: o salão de jantar

O local escolhido foi o Mosteiro de Leça do Balio, mais concretamente a Casa do Mosteiro, que resultou muito bem pelas semelhanças que partilhava com Hogwarts: um salão comprido que acomodaria duas longas mesas, um pátio com aspeto assombrado e salas com a mesma estética medieval que caracteriza a famosa escola de magia. Como decoração, foram penduradas as insígnias de Hogwarts e de Gryffindor, Slytherin, Ravenclaw e Hufflepuff (as quatro casas da escola), e também foram suspensas as famosas velas voadoras

que iluminavam o Salão nos livros e filmes, complementadas com os candelabros à mesa, criando o ambiente que se vê acima (Figura 16).



Figura 17 – Jantar *Harry Potter*: sala comum de Gryffindor

A grande sala onde os convidados ficaram a aguardar pela entrada no salão de jantar foi transformada em sala de jogos, onde foram servidos os aperitivos e bebidas e onde foi também projetada uma animação relacionada com o tema de magia. Foi pensada ainda uma sala comum,¹⁹ decorada com vários quadros, inclusive um quadro vivo gravado pelo Bairro dos Livros, que exibia a atriz Patrícia Afonso a interagir com os convidados, de forma semelhante ao que acontece nos corredores de Hogwarts (Figura 17).

O pátio foi aproveitado para deslumbrar os fãs com efeitos de fumo a esconder uma criatura temida por se alimentar da felicidade dos jovens feiticeiros: o *dementor* (Figura 18). Foi dado aos atores um pequeno *briefing* sobre o enredo dos livros/ filmes e a história e maneirismos de cada uma das personagens em questão, para que a sua atuação pudesse impressionar os *potterheads*, que teriam menos hipóteses de os apanhar desprevenidos com perguntas relacionadas com a saga. Particularmente, de forma a ajudar um dos atores que estaria mais em contacto com os convidados, aquele que representaria Hagrid, considerei que seria útil compor um documento com estas informações e juntar frases características que este poderia utilizar. Foi também necessário procurar por figurinos, nomeadamente em lojas de segunda mão, sendo que alguns foram criados especialmente para este efeito. Visitei ainda várias lojas relacionadas com *pop culture*, à procura de ideias para a decoração.

¹⁹ Nos livros e filmes de *Harry Potter*, as salas comuns (*common rooms*) são áreas partilhadas, existindo uma para cada casa. Estes *lounges* estão ligados aos dormitórios e são espaços de repouso e socialização entre colegas.



Figura 18 – Jantar *Harry Potter*: *dementor*

As minhas responsabilidades incluíam a composição da carta de convite (Anexo VI) e o *design* da ementa e dos marcadores de bengaleiro (Anexo VII). Para a carta de convite, pesquisei imagens da carta recebida por Harry Potter no filme, a convidá-lo para ingressar em Hogwarts. Assim, coloquei o logótipo da Livraria Lello como cabeçalho e usei a cor verde esmeralda no texto, semelhante àquela que é usada nas missivas da escola de magia. Incluí o lema de Hogwarts e procurei utilizar várias referências dos filmes, de forma a criar uma carta com humor, que incentivasse aqueles que a recebiam a partilhá-la nas redes sociais. Aliás, isso foi algo que tentei ter sempre em consideração: criar material comunicável, que apelasse à divulgação do jantar e, conseqüentemente, da Livraria Lello. Este foi aprovado pela equipa do Bairro. As cartas foram personalizadas com o nome de cada um dos convidados, dobradas e enviadas por mim, juntamente com o Paulo Brás.



Figura 19 – Jantar *Harry Potter*: *butterbeer*

A ementa foi pensada por mim, após uma pesquisa extensiva sobre a comida em Hogwarts, de acordo com referências encontradas nos livros e nos filmes (como a famosa *butterbeer* [Figura 19]), sendo que cada prato foi então renomeado com uma designação alusiva a variados momentos e pormenores da saga. O serviço de *catering* foi contratado à Cerger, que ficou também responsável pela montagem e decoração da mesa. Um detalhe que agradou aos fãs foi a caracterização do *staff*, fantasiados de malévolos devoradores da morte. O *design* da ementa foi inspirado nos decretos educacionais instaurados pela odiosa Dolores Umbridge, que foram transformados em decretos nutricionais. Fiquei bastante satisfeita com o *design*, ainda que não tenha sido possível a sua impressão no mesmo papel amarelado que as cartas de convite.

Os marcadores de bengaleiro foram os mais elogiados, tendo sido a minha intenção criar bilhetes de viagem para o Expresso de Hogwarts, em diálogo com a experiência em que os fãs estariam prestes a embarcar. O *design* foi fruto de pesquisas por imagens e material gráfico relacionado com o universo *Harry Potter* e a função seria a de destacar a parte de baixo e dá-la aos convidados que fizeram uso do bengaleiro, enquanto a respetiva parte de cima seria colocada junto daquilo que este pretendia guardar. Criei ainda os identificadores da imprensa que estaria presente e fiz o tratamento da imagem PNG que seria utilizada como *template* do Daily Prophet, jornal referenciado nos livros/ filmes, para oferta a cada um dos convidados no final do evento, utilizando as fotografias tiradas ao longo deste. Por falta de recursos e de tempo, não foi possível concretizar esta ideia.

Outra das minhas tarefas foi a conceção dos jogos que decorreriam durante a noite. Depois da pesquisa, foi criado um documento com propostas, o qual foi partilhado como Google Doc com a equipa, para que pudesse ser editado e alterado. Fiquei responsável pela



Figura 20 – Jantar *Harry Potter*: *Free Dobby*

criação do material para os *quizzes* e para a caça ao tesouro e dos bilhetes que seriam escondidos debaixo dos bancos, todos com direito a prémios escolhidos pela equipa e oferecidos pela Livraria Lello. Uma das sugestões era a de esconder meias em vários locais do *venue*, de forma a que quem as encontrasse pudesse libertar o amoroso duende Dobby (Figura 20), numa clara alusão aos livros/ filmes. Outra pequena brincadeira que se tornou um sucesso entre os convidados foi o “Pin a Nose on Voldemort” (Figura 21), com um propósito inteiramente humorístico. Mais uma vez, tentei ter o cuidado de pensar no público-alvo e adaptar a linguagem, bem como ter em atenção a comunicabilidade de cada ação ou objeto concebidos.



Figura 21 – Jantar *Harry Potter*: Pin a Nose on Voldemort

No dia do evento, fiquei responsável pela finalização e alocação do material para os jogos, assisti na montagem da decoração do espaço, acompanhei os atores e assegurei diferentes tarefas na coprodução deste jantar (garantir que os convidados estavam satisfeitos; resolução de imprevistos; coordenação da caça ao tesouro; elo de comunicação entre a produção e as equipas de som, iluminação, *catering*; ajuda no bengaleiro; etc.).

O jantar para fãs do *Harry Potter* atraiu bastante atenção da comunicação social, o que resultou num artigo de duas páginas no *Diário de Notícias* e numa reportagem pela SIC. O *feedback* foi maioritariamente positivo e o vídeo editado com o propósito de comunicar o evento obteve, ao todo, cerca de 4500 visualizações. Este tipo de iniciativas tem um claro propósito de estabelecer uma relação de fidelização com os clientes, projetando a imagem que a empresa acredita que será a mais atrativa para o seu público-alvo. Estas estratégias de *marketing* provêm de uma mudança de paradigma, que veio colocar o cliente no topo da

pirâmide; hoje em dia é esperada uma conexão – o consumidor quer ser ouvido e estar envolvido (Kotler & Keller, 2012, p. 124) (Figura 22).

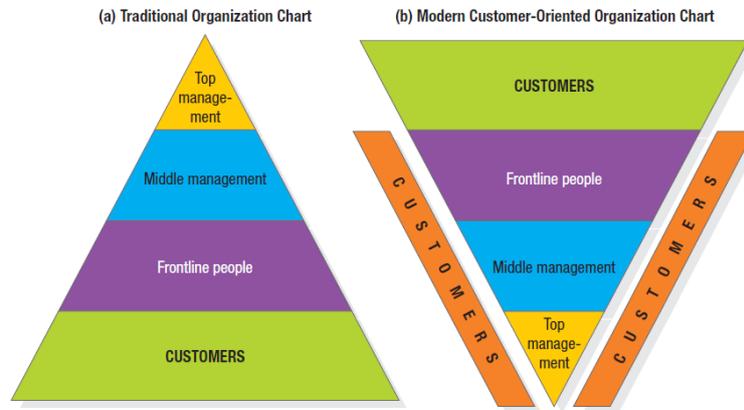


Figura 22 – Organização tradicional *versus* Organização empresarial moderna orientada para o cliente (Kotler & Keller, 2012, p.124)

Daí ter sido pensado este evento, uma celebração destinada aos leitores da saga *Harry Potter* da iniciativa da livraria que ficou, de certa forma, internacionalmente associada a esse universo. A Lello reconhece e promove essa ligação e é fácil perceber porquê: desde a publicação do primeiro volume (*Harry Potter e a Pedra Filosofal*) em 1997 até 2017, cerca de 500 milhões de exemplares foram vendidos, sendo os sete volumes traduzidos para 79 línguas (Marques A. C., 2017). Para além do sucesso dos livros, o sucesso dos filmes cativou um novo conjunto de seguidores, a juntar-se ao já considerável número de fãs desta história. Assim, faz todo o sentido que a Lello tenha interesse em consolidar a relação entre a livraria e os *potterheads*. Neste evento, foram muitos os pais que acompanharam crianças pequenas, enquanto elas começam também a deixar-se entusiasmar pela magia de Hogwarts, o que revela uma partilha do gosto pelo *Harry Potter* entre gerações. Caso esta saga *best-seller* continue a reunir novos aficionados, apostar na fidelização deste público nacional e internacional servirá como uma mais-valia para a livraria, em termos de visitas, vendas e mediatização.

2.2.2. O ROSTO DO PORTO & 112.º ANIVERSÁRIO DA LIVRARIA LELLO

Para celebrar o seu 112.º aniversário, a Livraria Lello acolheu uma instalação de arte que teve como propósito celebrar os portuenses e apresentar a identidade da cidade do Porto como uma e indissociável, demonstrando que o rosto da cidade não tem nomes nem é feita de personalidades individuais, mas constitui sim uma individualidade por si só, construída por todos os seus habitantes (Figura 23). Esta instalação foi concebida e produzida pelo Bairro dos Livros, em parceria com a escultora Ester Monteiro, artista plástica do Porto, que havia participado na 4.ª edição do MEXE - Encontro Internacional de Arte e Comunidade, com o seu projeto *Retrató MEXE*, exposto na estação de metro da Trindade.



Figura 23 – *O Rosto do Porto*: bustos



Figura 24 – *O Rosto do Porto*: escultura do busto do arquiteto Siza Vieira

Durante quatro meses, várias personalidades portuenses, tão conhecidas quanto Nuno Carinhas, Richard Zimmler, Alexandre Quintanilha, João Botelho, Sobrinho Simões, Manel Cruz, Souto Moura e Siza Vieira (Figura 24), ou populares como Manel do Laço, Sr. Alcino Sousa do Bolhão e D. Hermínia da Taberna de Santo António, ou mesmo totalmente anónimas, foram retratadas *in loco* pela escultora. O plano concebido pelo Bairro seria o de expor os bustos nas estantes do primeiro piso da livraria, presos a uma composição de milhares de livros.

Juntamente com o Paulo Brás, fui responsável pela construção dessa estrutura. Do dia 4 ao dia 10 de janeiro, no armazém Trindades Lda. em Vila Nova da Telha, foi feita a composição de 410 blocos de livros (Figura 25), cedidos pela Imprensa Nacional por estarem destinados à guilhotina. Esta montagem consistiu em: seleção e limpeza dos livros; composição de um bloco de livros; colagem com cola quente e selagem do corte superior dianteiro e inferior com cola branca, a fim de manter uma estrutura sólida; furagem da lombada; e, finalmente, colocação do parafuso que iria suportar o busto, preso ainda com cola branca, como medida de precaução extra. Depois de secos, os blocos seriam depois transportados até à Livraria Lello, após o seu encerramento.



Figura 25 – *O Rosto do Porto*: montagem da composição de livros



Figura 26 – *O Rosto do Porto*: instalação de arte

Durante a noite do dia 10 e 11 de janeiro, foram colocados os blocos nas estantes e, no dia anterior ao aniversário da Livraria, a 12 de janeiro, foram então montados os bustos nos respetivos suportes (Figura 26). Foi um esforço enorme de equipa e a instalação demorou cerca de 10 horas a ser fixada. Esta montagem dependeu ainda de livros disponibilizados pela Lello (a serem colocados alternadamente com os blocos, de forma a preencher o espaço), implicando constantes alterações da disposição dos livros nas estantes, várias mudanças de posição dos blocos e, devido a uma certa falta de organização aquando da feitura dos bustos, um trabalho de identificação e ordenação das pequenas peças de barro, de forma a associar corretamente cada rosto à pessoa retratada.



Figura 27 – Inauguração d'*O Rosto do Porto* & 112.º Aniversário da Livraria Lello

No dia 13 de janeiro, a entrada na Livraria Lello era livre e os visitantes foram muitos. Para além dos retratados que, como convidados especiais do Bairro e da administração da livraria, vieram assistir à inauguração d'*O Rosto do Porto*, centenas de pessoas fizeram

questão de ficar a conhecer o espaço e participar na comemoração do seu aniversário (Figura 27).



Figura 28 - Fotografia tirada aos convidados na icónica escadaria da Livraria Lello, no dia da sua inauguração, a 13 de janeiro de 1906.

Para além da instalação, o Bairro foi responsável por outras animações que decorreram na livraria durante esse dia, nomeadamente: declamação d' *Os Lusíadas* pelo ator António Fonseca; horas do conto para as crianças; uma pequena peça que retratava, de forma cómica, a relação entre Ernesto Chardron, conhecido pelo seu gosto por boa comida, e a sua cozinheira; a recriação da célebre fotografia de grupo na escadaria (Figura 28),²⁰ aquando da inauguração da Lello em 1906; e uma curta *performance de ballet*.

Estas ações prolongaram-se durante o mês de janeiro e, no dia 20 e 28, fui a única responsável pela produção das mesmas, o que incluiu: barrar o movimento nas escadas durante os momentos das animações, reunião dos pais para a hora do conto, certificar-me de que os atores tinham os adereços e recursos necessários, desimpedimento do percurso planeado para as atuações e controlo da música.

Este dia marcou também a inauguração do *Live Act* (Figura 29), idealizado pelo Bairro dos Livros, que consiste em oficinas de restauração e encadernação de livros, impressão de gravuras e caligrafia, cada uma ocupando a sala no fundo da Livraria em diferentes horários. Esta iniciativa mantém-se em funcionamento, tendo merecido bastante atenção pela

²⁰ Aurélio da Paz dos Reis, [Livraria Lello: Grupo na escadaria], PT/CPF/APR/006542, Imagem cedida pelo Centro Português de Fotografia.

imprensa e ajudado a consolidar a imagem da Lello como a Casa do Livro, que se ocupa das várias Artes que com ele se relacionam.



Figura 29 – Oficina *Live Act*

Para que as fotografias que foram recolhidas durante a feitura dos bustos e a inauguração da instalação pudessem ser partilhadas, era solicitado aos convidados que assinassem uma autorização de utilização de imagem. No final, algumas assinaturas estavam em falta, pelo que foi necessário recolhê-las. Fui encarregada dessa tarefa, pelo que foi necessário confirmar quais autorizações ficaram por assinar, confrontando as existentes com a lista dos 400 convidados. Como forma de orientação, e para manter toda a equipa a par, criei um Google Doc com estas informações, que foram sendo preenchidas com os contactos necessários à regularização desta falha. Elaborei um texto a ser enviado por e-mail a cada um e, durante o mês que se seguiu, geri as respostas, reuni as autorizações obtidas, criei cópias a serem entregues à Livraria Lello e arqueei os documentos que ficariam com o Bairro.

Pessoalmente, penso que foi uma experiência extremamente enriquecedora, que envolveu trabalho criativo, de produção e administrativo. Tratou-se, mais uma vez, de uma iniciativa centrada em comunicação por parte da Livraria Lello, que procura apostar na sua imagem como espaço cultural repleto de história e de histórias. Diria que foi bem-sucedida a captar a atenção da imprensa nacional, resultando em artigos do *JornalismoPortoNet*, *Jornal de Notícias* e *Público*, bem como uma entrevista à TSF e reportagens conduzidas pela SIC e RTP (no programa *Portugal em Direto*). Para comunicar a instalação *O Rosto do Porto*, o Bairro dos Livros foi ainda responsável pela produção de vídeos durante a execução dos

bustos (um no Mercado do Bolhão e outro no *atelier* de Siza Vieira) e por todo o processo, desde a feitura, passando pela montagem, até à inauguração.

A Livraria Lello compreende a importância destes eventos e experiências, como forma de criar interações especiais entre a marca e o consumidor. Este é um dos oito maiores modos de comunicação, que potenciam o valor da marca, reunidos no *Marketing Communications Mix* (Kotler & Keller, 2012, p. 478): a publicidade dita tradicional; promoção de vendas com vista a incentivar à compra de um determinado produto ou serviço; relações públicas e publicidade praticadas interna ou externamente para promover ou proteger a imagem da empresa; *marketing* direto, interativo e boca a boca; e, finalmente, a venda pessoal, numa interação cara a cara com potenciais clientes. Esta estratégia de *marketing* é então assimilada na forma como o Bairro gere a comunicação, assessoria de imprensa e gestão das redes sociais relativamente às iniciativas que concebe e produz para a Livraria.

2.3. TAREFAS PONTUAIS

2.3.1. COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO DE EVENTOS

Para além dos eventos acima mencionados, estive presente na montagem e/ ou produção de outras ações de comunicação, nas quais não tive uma participação tão envolvente. De qualquer forma, decidi incluir uma pequena reflexão sobre estes, por terem contribuído para a minha aprendizagem.

- **Montagem da Montra de Natal – Livraria Lello**

O Bairro dos Livros foi responsável pela curadoria artística de várias montras da Livraria Lello, incluindo a de Natal de 2017. Em inícios de novembro, acompanhei a equipa da editora à Livraria, após a sua hora de encerramento, enquanto a dupla franco-canadiana *Papiers à Être*, Sophie Mouton-Perrat e Frédéric Guibrunet, decorava os pequenos palcos de talento com as suas figuras de papel *machê* artesanal (Figura 30).



Figura 30 – Montra de Natal da Livraria Lello: *Papiers à Être* (2017)

Tendo a Livraria Lello aceitado a proposta de montra submetida pelo Bairro dos Livros, foi então estendido o convite aos artistas para se deslocarem a Portugal, pelo que a equipa do Bairro ficou responsável por recebê-los e acompanhá-los durante a montagem. Foi editado um vídeo demonstrando o processo – com o propósito de ser partilhado nas redes sociais – que reuniu cerca de 1,2 mil visualizações. Ainda que não tenha sido necessária assistência, foi a minha primeira experiência numa iniciativa com propósito de comunicação e ajudou-me a compreender os aspetos envolvidos na produção deste tipo de ações.

- **Decoração de Natal – Armazéns do Castelo**

Os Armazéns do Castelo, edifício centenário comprado pela Livraria Lello, servem hoje várias funções: balcão de compra dos *vouchers* para a entrada na Livraria, loja de parafernália tradicional portuguesa, de *merchandise* da Lello e de artigos *pop culture*, mas também como área que promove eventos e exposições, como lançamentos e apresentações de livros, conferências e encontros com autores.

O Bairro apresentou uma proposta para a decoração de Natal deste espaço, a qual foi aceite: em finais de novembro, acompanhei a equipa na montagem e ornamentação da árvore de natal e disposição dos variados enfeites decorativos. Ainda que consiga compreender o aspeto artístico desta iniciativa, penso que terá sido a que menos serviu o seu propósito comunicativo, particularmente para a marca Bairro dos Livros. No entanto, acredito que poderá ser uma estratégia de fortalecimento na relação com o seu cliente, a Livraria.

- **Animação na Creche e Jardim Infantil do Torne – Gertal**

Outro cliente do Bairro dos Livros para o qual são produzidas várias ações de comunicação é a Gertal, entidade que fornece as refeições a inúmeros refeitórios e cantinas por todo o país. Uma delas é a Creche e Jardim Infantil do Torne, que recebeu a visita da Alice e do Chapeleiro Maluco, acabados de chegar do País das Maravilhas.

A animação decorreu no âmbito de uma proposta que o Bairro tem vindo a submeter antes do início de cada ano letivo, e que inclui várias iniciativas do género, que se propõem a animar as horas da refeição dos alunos, desde a creche até ao ensino secundário, com *performances* de dança, teatro e música, todas estas promovendo a Gertal. Tal como no caso da Livraria Lello, o objetivo é criar uma experiência que relacione a marca a sentimentos positivos, sendo da responsabilidade do Bairro criar as histórias que proporcionam esses momentos agradáveis e memoráveis.

- **Serenata do Dia dos Namorados – Mercado Bom Sucesso**

Para o Dia dos Namorados, o Bairro sugeriu ao Mercado Bom Sucesso a contratação de dois cantores líricos, que durante o serão dedicariam serenatas aos casais apaixonados.

Para que tal acontecesse, foram criados uma proposta e um orçamento que, depois de aceites, serviriam de referência para a contratação dos dois cantores. A procura por artistas

apoia-se, principalmente, na rede de contactos que o Bairro dos Livros criou ao longo dos anos. Depois, em reunião com estes, são discutidos pormenores como a remuneração, o programa, os figurinos e todos e quaisquer detalhes que estejam envolvidos na produção do evento.

O projeto foi divulgado pelo *Portugal em Direto*, da RTP. Os diretos que este programa transmite são discutidos com os entrevistados, que são informados sobre que tipo de perguntas serão feitas e, geralmente, é lhes dado um *briefing* pela equipa de produção sobre quais são as informações mais importantes a transmitir. Neste caso, seria necessária a pré-inscrição de um dos membros do casal, que ofereceria este momento ao parceiro como surpresa, pelo que era importante a divulgação do evento para despertar a atenção de possíveis interessados.



Figura 31 – Serenatas de São Valentim no Mercado Bom Sucesso (14/02/2018)

Assim sendo, na noite do dia 14 de fevereiro, acompanhei a equipa ao Mercado, onde fiquei responsável por levar os cantores até às mesas onde estaria alguém à espera para surpreender a sua cara-metade (Figura 31). Também para esta ação foi editado um vídeo que compilou os melhores momentos do evento, que foi depois divulgado nas redes sociais, alcançando as 2,4 mil visualizações.

- **Chá das 5 – Museu da Chapelaria**

Este evento decorreu já fora do âmbito do meu estágio; no entanto, estive presente na reunião preliminar com a diretora cultural do Museu da Chapelaria, em São João da Madeira, a Dr.^a Suzana Menezes, quando foi discutida a possibilidade de o evento se realizar.

Para uma cooperativa cultural como o Bairro dos Livros, o estabelecimento de novos contactos e angariação de uma carteira diversificada de clientes é extremamente importante, na medida que demonstra flexibilidade e capacidade de adaptação a diferentes exigências. Assim sendo, deslocámo-nos a São João da Madeira para um encontro onde a Minês Castanheira e a Catarina Rocha apresentaram uma proposta, o *Chá das 5* (Figura 32), onde o Chapeleiro Maluco convida as pessoas a sentar-se à sua mesa, naquele que é o museu dedicado à sua arte. Existindo mútuo interesse, poderão até ser discutidas futuras parcerias e projetos, tal como testemunhei acontecer.



Figura 32 – *Chá das 5* no Museu da Chapelaria (20/05/2018)

Algo que também pude comprovar é que todas as iniciativas aqui discutidas, inclusive os eventos com custos para os participantes, como o Jantar para fãs do *Harry Potter*, têm como objetivo central a comunicação. A obtenção de lucro não é uma preocupação, sendo que se trata, sobretudo, de um investimento com vista à fidelização do cliente. A velha máxima “*one needs to spend money to make money*” talvez seja a mais pertinente quando se fala de comunicação.

2.3.2. TRADUÇÃO DE CONTEÚDOS WEB

Quando comecei o meu estágio no Bairro dos Livros, o *website* estava já ser renovado com o propósito de criar uma *interface* mais intuitiva e contemporânea, onde a informação estivesse organizada de forma mais acessível. Foi mencionada a necessidade de traduzir o conteúdo uma língua mais universal, o inglês, de forma a estimular o interesse de potenciais clientes internacionais. Esta é uma decisão tomada no âmbito da comunicação da empresa, que tem o objetivo de expandir o seu negócio, promovendo os seus sucessos e projetos

passados a possíveis novos parceiros, os quais poderão ajudar a impulsionar a projeção da reputação do Bairro como sendo uma entidade bem estabelecida e confiável.

Assim sendo, propus-me a traduzir o *website* do Bairro. O maior obstáculo foi, depois, agir como revisora do meu próprio texto.

Why is it necessary for someone other than the writer or translator to check a text, and perhaps make changes, before it is sent off to readers? [...] First, it is extraordinarily easy to write sentences that are structured in such a way that readers will misunderstand them or have difficulty understanding them. Second, it is easy, while writing, to forget about the future readers and write something which is not suited to them or to the use they will make of the text. Third, a text may fail to conform to society's linguistic rules, or the reigning ideas about the proper way to translate or to write in a particular genre. Finally, what the author or translator has written may conflict with the publisher's goals (Mossop, 2001, p. 18).

Este obstáculo não existiu quando procedi à revisão, principalmente tipográfica, do texto em português. De futuro, penso que será vantajoso que um terceiro revisor (especialmente alguém para quem o inglês seja a sua língua materna) se encarregue da leitura e correção dos textos, oferecendo uma nova perspetiva, de forma a garantir que o sentido é preservado.

2.3.3. GESTÃO DA NEWSLETTER

A *newsletter* pode ser usada como uma excelente forma de interagir com os clientes e construir uma relação de lealdade à marca (Kotler & Keller, 2012, p. 141), sendo que tem como principais vantagens: a possibilidade de selecionar, de forma muito eficaz, o grupo-alvo; o controlo total sobre conteúdo, periodicidade e propósito; oportunidades interativas para o usuário; e custos relativamente baixos (*ibidem*, p. 513). A única desvantagem pode ser, por vezes, determinante: os custos podem fugir do controlo.

Fiquei responsável pela gestão da *newsletter* do MailChimp quando foi necessário adicionar novos contactos à lista denominada “Bairro dos Livros”. Este *software* permite criar e gerir listas de subscritores, para os quais é possível depois enviar um *e-mail* com o propósito de divulgar vários tipos de conteúdo, nomeadamente atualizações sobre a empresa e as suas ações, com o propósito de promover e preservar a relação com os clientes. A

composição da *newsletter* é facilitada por *templates* que o MailChimp disponibiliza, mas, sendo de utilização intuitiva, este serviço permite também criar uma imagem personalizada, o que é extremamente importante para que uma determinada entidade se distinga entre as demais, dado que estes *e-mails* são, muitas vezes, pouco apelativos para os subscritores.

Assim, tomei a decisão de copiar contactos de uma *newsletter* que deixou de ser utilizada, combinando as duas e enriquecendo o conjunto da que seria, daí para a frente, a preferencial. Criei ainda uma destinada aos eventos infantis, constituída por contactos de pais que já haviam participado em iniciativas anteriores. No entanto, não tive a oportunidade de utilizar este serviço, pois esta possibilidade de *marketing* e comunicação não está, atualmente, a merecer a prioridade do Bairro dos Livros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório implicou um esforço de reflexão e análise inesperado – enquanto expunha e problematizava cada questão, tomava consciência da sua importância, da sua relação com a teoria e de como influenciou a minha experiência. Aquilo que eu acreditei que seria uma simples exposição crítica das atividades que finalizaram a minha formação no âmbito do Mestrado, tornou-se uma ferramenta de grande relevância para a consolidação da minha própria perspectiva sobre estas.

No seu livro *The Book Publishing Industry*, Albert Greco (2007, p. 127) fala-nos da profissão de editor como uma profissão acidental, uma vocação que nunca é fundada em competências inatas. Esse facto tornou-se bastante claro no decorrer do estágio curricular, ao longo do qual me senti constantemente desafiada. Ingressei no Mestrado em Estudos Editoriais por querer dedicar a minha vida aos livros, mas termino sabendo que isso não será o suficiente: antes de mais, é preciso conquistar determinadas aptidões e saber que será necessária uma constante refinação destas – como em qualquer relação, portanto. O leitor poderá encarar este último comentário como sendo inapropriado no âmbito de um trabalho académico, mas é vital encarar esta profissão com seriedade, sim, e, como recomenda Greco, com humor suficiente para manter a sanidade e a sobriedade – conselho este que espero não esquecer.

Talvez seja esta a razão do meu respeito pelo Bairro dos Livros: depois de observar em primeira mão, em projetos como a edição de um livro sobre a Livraria Lello ou mesmo o Jantar Literário para fãs do *Harry Potter*, todo o esforço e dedicação que esta equipa aposta no desejo de tornar uma ideia realidade, muitas vezes à custa de autopromoção que poderia beneficiar a sua marca, seria impossível esconder a minha profunda admiração por esta empresa, e o privilégio que foi ter a oportunidade de participar nas iniciativas que foram acima apresentadas.

Infelizmente, não pude testemunhar a finalização do livro sobre a história da Livraria Lello, no qual estava muito interessada, por ter tido uma participação tão significativa desde a fase de investigação. Dado o modelo de publicação adotado pelo Bairro, não pude tão pouco experienciar o processo de seleção de manuscritos, nem lidei com contratos de edição. Por outro lado, foi bastante gratificante participar numa obra como o *Mapa do Bairro*, por ter sido responsável por tarefas tão pequenas quanto os pedidos de ISBN e depósito legal e,

ao mesmo tempo, tarefas tão intimidantes quanto produzir conteúdo que se tornaria parte do livro. Algo que prezo também imenso é a prática que obtive em produção de eventos, que me será muito útil profissionalmente.

No geral, acredito que esta experiência me proporcionou, principalmente, a confiança e a flexibilidade necessárias a esta profissão, que nos confronta, tantas vezes, com exigências tão diferentes. No futuro, tanto o sentimento de segurança como a versatilidade serão essenciais a qualquer trabalho. De forma mais particular, fui exposta a um meio cultural que desconhecia, que contribuiu imenso para o meu conhecimento geral, algo que é tão determinante nesta área.

Acredito que a formação do Mestrado dotou os seus discentes dos conhecimentos necessários ao início da vida profissional, providenciando as ferramentas essenciais para nos orientarmos no meio editorial e modelando as expectativas em relação a este.

O estágio foi determinante na consolidação da formação adquirida, mas foi também fundamental em novas aprendizagens. Através da minha experiência no Bairro dos Livros, a capacidade que foi mais desafiada, ou pelo menos despertada, terá sido a sensibilidade para a importância da Comunicação. Ainda que este conceito seja abordado nas unidades curriculares de *Gestão e Marketing Editorial*, considero que não é devidamente aprofundado nem suficientemente aplicado ao setor editorial.

Muito importantes também foram as oportunidades que tive em revisão textual. É uma competência que beneficia de muita prática, sendo que pode sempre ser aprimorada.

Certas disciplinas, particularmente as do primeiro semestre do primeiro ano, despertaram algumas dúvidas acerca do seu interesse para a vida profissional na área da edição, mas apercebo-me agora que tomaram em atenção todo um contexto que influencia a forma como são tomadas todas as decisões nesta indústria criativa de edição. Por outro lado, pela relevância das questões levantadas em Propriedade Intelectual e Direitos de Autor e tendo em conta as inúmeras vezes em que surgem situações onde estes conhecimentos devem ser aplicados, considero que as horas de contacto com esta disciplina deveriam ser aumentadas.

Fiquei ainda muito satisfeita com a oportunidade de lidar, durante o curso, com *software* de *design* e paginação. O estágio evidenciou as minhas falhas nesta área, pelo que será algo em que deverei investir após a conclusão do Mestrado, de modo a poder desenvolver ainda mais essas aptidões.

No fundo, penso que a lição principal a ser aprendida e assimilada é que a formação de um editor nunca acaba, havendo sempre espaço para evolução. Assim sendo, quero agradecer a todos os professores e colegas que me acompanharam nesta fase de aprendizagem, garantindo que esta não terminará aqui.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, O. (2017, 7 de agosto). Vendas no comércio tradicional crescem 6,5% no primeiro semestre. *Diário de Notícias*. Obtido em maio de 2018, de <https://www.dn.pt/dinheiro/interior/vendas-no-comercio-tradicional-crescem-65-no-primeiro-semester-8688893.html>
- Almeida, S. (2012, 14 de abril). Um bairro dedicado aos livros. *Jornal de Notícias*. Obtido em maio de 2018, de <http://bairrodoslivros.com/jn-um-bairro-dedicado-aos-livros-2012/>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2007). *The Layout Book*. Switzerland: AVA Publishing.
- Blouin Jr., F., & Rosenberg, W. G. (2007). Preface and Acknowledgments. Em AA.VV., *Archives, documentation, and institutions of social memory: essays from the Sawyer Seminar* (pp. xii-ix). Michigan: The University of Michigan Press.
- Brás, P. (2014, 11 de fevereiro). «O Nome do Mundo é uma Janela» de Bernardino Guimarães. [Web log post] Obtido em maio de 2018, de *Culture Print*: <https://cultureprint.wordpress.com/2014/02/11/o-nome-do-mundo-e-uma-janela-de-bernardino-guimaraes/>
- Butcher, J., Drake, C., & Leach, M. (2006). *Butcher's Copy-editing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carneiro, J. A. (2005). *O Livro como Espaço Comunicacional: Uma análise da capa como factor de influência na compra de livros de ficção*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, especialização em Marketing e Comunicação Estratégica, Universidade Fernando Pessoa, Porto. Obtido em maio de 2018, de http://www.janunescarneiro.net/J._A._Nunes_Carneiro/Downloads_files/DissertacaoMestrado.pdf
- Coelho, R. P. (2018a, 8 de janeiro). *O homem sonha, a Chiado Editora publica e a obra nasce*. Obtido de Sapo24: <https://24.sapo.pt/actualidade/artigos/o-homem-sonha-a-chiado-editora-publica-e-a-obra-nasce>
- Decreto Lei no 63/85 de 14 de março. (1985). *Diário da República: I série, N° 61*. Obtido em 1 de junho de 2018, de http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=484&tabela=leis&so_miolo=
- Drew, N., & Sternberger, P. (2005). *By Its Cover*. New York: Princeton Architectural Press.
- Germano, W. (2001). *Getting It Published: A Guide for Scholars and Anyone Else Serious about Serious Books* (2. ed.). Chicago: University of Chicago Press.
- Greco, A. N., Rodríguez, E. C., & Wharton, M. R. (2007). *The Culture and Commerce of Publishing in the 21st Century*. California: Stanford University Press.

- Ho, H.-Y., Wang, L.-W., & Cheng, H.-J. (2011). Authors, Publishers, and Readers in Publishing Supply Chain: The Contingency Model of Digital Contents Production, Distribution, and Consumption. (Elsevier, Ed.) *Systems Engineering Procedia*, 2, pp. 398 – 405. Obtido em maio de 2018, de https://ac.els-cdn.com/S2211381911001421/1-s2.0-S2211381911001421-main.pdf?_tid=9705ee9f-00b4-4926-af05-c15567d31bb6&acdnat=1527267346_2ce8bd762617aeefbeb233a8ec3c567c
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, M. (2004). *Bookmaking: editing, design, production* (3.^a ed.). New York: Norton & Company.
- Lusa. (2016, 12 de janeiro). Livraria Lello quase triplicou venda de livros em seis meses. *Jornal de Negócios*. Obtido em maio de 2018, de https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/livraria_ello_quase_triplicou_venda_de_livros_em_seis_meses
- Madureira, R. (2012, 12 de abril). 'Bairro dos Livros' arranca já amanhã. *Destak*. Obtido em maio de 2018, de <http://bairrodoslivros.com/destak-bairro-dos-livros-arranca-ja-amanha-2012/>
- Marques, A. C. (2017, 26 de junho). 20 anos de Harry Potter: ou como uma divorciada sem um tostão criou uma saga milionária. *Observador*. Obtido em junho de 2018, de <https://observador.pt/2017/06/26/20-anos-de-harry-potter-ou-como-uma-divorciada-sem-um-tostao-criou-uma-saga-milionaria/>
- Marques, S. M. (2014, 23 de maio). Quanto valem os valores? *Jornal de Negócios*. Obtido em maio de 2018, de <http://bairrodoslivros.com/jornal-de-negocios-quanto-valem-os-valores-2014/>
- Medeiros, N. (2009, 1 de junho). Acções prescritivas e estratégicas: A edição como espaço social. (Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Ed.) *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 85, pp. 131-146. Obtido em maio de 2018, de <https://journals.openedition.org/rccs/363>
- Morris, S., Barnas, E., LaFrenier, D., & Reich, M. (2013). *The Handbook of Journal Publishing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mossop, B. (2001). *Revising and Editing for Translators* (ed. 2014). Oxon & New York: Routledge.
- Neves, J. S., Beja, R., Santos, J. A., & Santos, J. A. (2014). *Comércio livreiro em Portugal: Estado da arte na segunda década do século XXI*. Lisboa: APEL - Associação Portuguesa de Editores e Livreiros. Obtido em maio de 2018, de http://www.apel.pt/gest_cnt_upload/editor/File/COMERCIO_LIVREIRO_APEL__SET2014_SEC.pdf

- Pacheco, H. (2012, 21 de abril). O Bairro dos Livros. *Jornal de Notícias*, 19. Obtido em maio de 2018, de <https://bairrodoslivros.wordpress.com/2012/04/26/o-bairro-veio-no-jornal-o-bairro-dos-livros-21042012/>
- Pei, M. (1966). *The Story of Language*. New York: New American Library.
- Pereira, A. I. (2012, 19 de setembro). "Queremos afirmar-nos como agentes culturais no Porto". *Porto24*. Obtido em maio de 2018, de <http://www.porto24.pt/cultura/queremos-afirmar-nos-como-agentes-culturais-no-porto/>
- Perrin, A. (2016). *Book Reading 2016*. Washington, D.C.: Pew Research Center. Obtido em maio de 2018, de http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/08/PI_2016.09.01_Book-Reading_FINAL.pdf
- Phillips, A. (2014). *Turning the Page: The Evolution of the Book*. New York: Routledge.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: creating and sustaining superior performance: with a new introduction*. New York: Free Press.
- Queirós, L. M. (2013, 16 de setembro). Morreu Ilídio Matos, o primeiro agente literário português a tempo inteiro. *Público*. Obtido em maio de 2018, de <https://www.publico.pt/2013/09/16/culturaipilon/noticia/o-primeiro-agente-literario-portugues-a-tempo-inteiro-1606020>
- Revista LER. (maio de 2012). Livros no Bairro. *LER*, n.º 114. Obtido em maio de 2018, de <http://bairrodoslivros.com/revista-ler-livros-no-bairro-2012/>
- Rito, A. (2017, 4 de novembro). Chiado Editora, a máquina de fazer livros. *Sábado*. Obtido em maio de 2018, de <https://www.sabado.pt/vida/detalhe/a-maquina-de-fazer-livros>
- Robinson, D. (1997). *Becoming a Translator: An Accelerated Course*. London: Routledge.
- Rocha, C., Castanheira, M., & Brás, P.. (2017). *Livraria Lello: uma breve história da livraria mais bonita do mundo* (vol. 2). Porto: Bairro dos Livros.
- Rocha, C., Costa, I., Castanheira, M., & Brás, P. (2018). *Porto: Mapa do Bairro. Guia Literário da Cidade*. Porto: Bairro dos Livros.
- Rosenthal, M. (2004). *Print-On-Demand Book Publishing*. Springfield, MA: Foner Books.
- RTP (Produtora). (2014, 8 de maio). Nasceu a primeira agência literária portuguesa. [Vídeo]. Obtido em maio de 2018, de https://www.rtp.pt/noticias/cultura/nasceu-a-primeira-agencia-literaria-portuguesa_v735968
- SBIDM/Universidade de Aveiro. (2015). *APA 6th - Citar e referenciar: estilo bibliográfico APA 6th*. Aveiro: SBIDM/Universidade de Aveiro. Obtido em junho de 2018, de www.ua.pt/file/36608
- Stadler, M. (2016). The Ends of the Book: Reading, Economies & Publics. Em T. Kurowski, W. Miller, & K. Pruffer (Edits.), *Literary Publishing in the Twenty-First Century* (pp. 14-31). Canada: Milkweed Editions.

Thompson, J. B. (2010). *Merchants of Culture* (2.^a ed.). New York: Plume.

Williams, R. (2008). *The Non-Designer's Design Book* (3.^a ed.). Berkeley: Peachpit Press.

WEBSITES CONSULTADOS

Agenciamento. (s.d.). Obtido em maio de 2018, de Booktailors:
<http://booktailors.com/bt/pt/2016/03/24/agenciamento/>

Apresentação. (abril de 2015). Obtido em junho de 2018, de Revista Pontes de Vista:
<https://pontesdevista.wordpress.com/apresentacao/>

Quem Somos (s.d.). Obtido em maio de 2018, de CulturePrint:
<https://cultureprint.wordpress.com/quem-somos-2/>

Revista Pontes de Vista. (s.d.). Obtido em maio de 2018, de
<http://revistapontesdevista.com/>

Serviços. (s.d.). Obtido em maio de 2018, de Bairro dos Livros:
<http://bairrodoslivros.com/servicos/>

ANEXOS

ANEXO I – Seleção de fotografias do evento “Bairro dos Livros”



1.º FESTIVAL DO LIVRO DO PORTO, NA AVENIDA DAS TÍLIAS, PALÁCIO DE CRISTAL (21/09/2012)



FESTIVAL DO LIVRO “LER É MÁGICO” NO AXA, 1.ª AVENIDA (14/12/2012)



LETRAS NA AVENIDA (12/07/2013)



FESTIVAL DO LIVRO "LER É UM CARROSSEL" (13/12/2013)

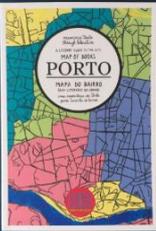
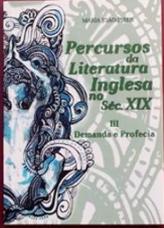


BAILE LITERÁRIO NO CLUBE DOS FENIANOS (10/05/2014)



FESTIVAL DO LIVRO "LER É ROCKAR" (11/07/2014)

ANEXO II – Catálogo do Bairro dos Livros

			
2018	2017	2017	2017
			
2016	2015	2015	2015
			OS GIGANTES DAS PALAVRAS AFÁVEIS E OUTROS POEMAS (SEM IMAGEM)
2015	2015	2015	2015
			
2015	2014	2014	2014



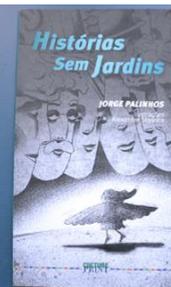
2013



2013



2013



2013



2013



2013



2013



2012



2012



2012



2011



2011



2011



2011



2011



2010



2010

ANEXO III – Texto para a contracapa do *Mapa do Bairro*

Em português:

Todas as ruas do Porto partem de minha casa. Só consigo ler um mapa depois de a encontrar, esse pequeno botão da minha Rosa dos Ventos que transforma linhas em ruas por onde cresci e formas estranhas nos bairros da minha vida.

Todas as ruas do Porto que foi escrito partem do Bairro dos Livros. Quando abrir este mapa, não sei o que vai ver: riscos que são pontes, círculos que são praças, manchas esverdeadas que são jardins. As minhas pontes, as minhas praças, os meus jardins. As mesmas pontes que o Bairro atravessou para lançar livros, as mesmas praças onde o Bairro se manifestou por poetas, os mesmos jardins onde o Bairro estendeu a manta à poesia. Pois é: este é um mapa de livros, mas não só destes, que inspiraram o Bairro dos Livros a rasgar páginas para deixar a história escapar para as ruas do Porto, mas também daqueles ainda por escrever – não existem licenças para obras da imaginação ou legislação que regule manifestações poéticas.

Este é um guia para amantes de livros, perseguidores de histórias. Para aqueles que abrem a porta às personagens e as deixam sentar-se à mesa do seu coração. Agora, deixe que sejam elas a mostrar-lhes as ruas por onde cresceram, os bairros das suas vidas. As suas pontes, as suas praças, os seus jardins.

Tradução para inglês:

All the streets of Porto begin at my house. I am only able to read a map after I find it, that little button of my Compass Rose, which turns lines into streets where I grew up in, and strange shapes into the neighbourhoods of my life.

All the streets of the Porto that was written begin at Bairro dos Livros. When you open this map, I do not know what you will see: marks that are bridges, circles that are in fact squares, greenish spots that are gardens. My bridges, my squares, my gardens. The same bridges that Bairro crossed to launch books, the same squares where Bairro rallied in favour of poets, the same gardens where Bairro laid out a blanket for poetry. That's right: this is a map of books, but not only of these ones, that inspired Bairro dos Livros to tear pages apart so as to let their story escape into the streets of Porto, but also of those yet to be written – there are no permits for works of imagination or legislation that rules over poetic manifestations.

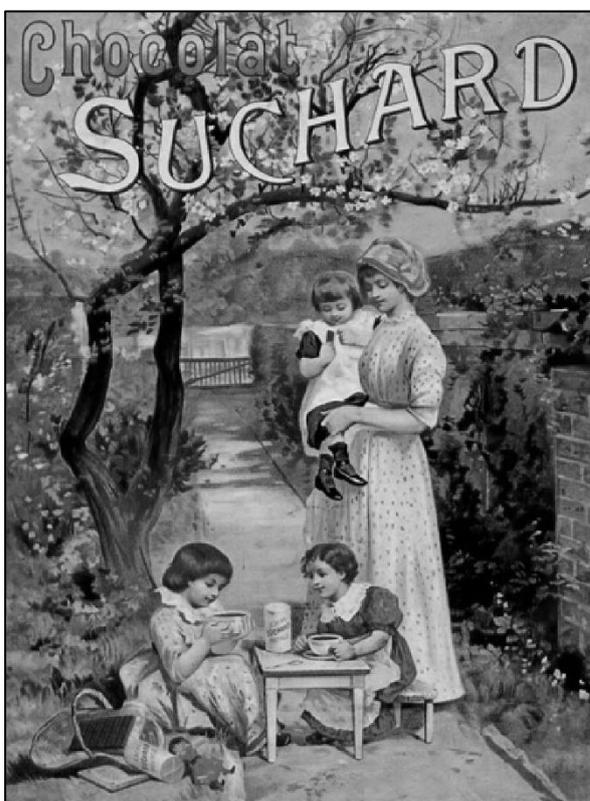
This is a guide for book lovers, story chasers. For those who open the door to characters and allow for them to take a seat at the table of their heart. Now, let them be the ones to show you the streets where they grew up in, the neighbourhoods of their lives. Their bridges, their squares, their gardens.

ANEXO IV – Capa e layout dos livros *As receitas da minha bisavó* & *Os poemas do meu bisavô*

As Receitas da minha Bisavó



Receitas de Fernanda Helena Vale Fontes



Torta de chocolate | **Sobremesa**

Ingredientes

125 grs de açúcar
125 grs de
chocolate em pó
2 ovos
250 grs de
bolacha Maria

Preparação

Junta-se o açúcar, o chocolate e os
ovos.
Bate-se tudo muito bem.
Junta-se por fim as bolachas aos
bocadinhos e bate-se tudo novamente
muito bem.



Os Poemas do meu Bisavô



Textos de Carlos Castanheira



A minha casa da aldeia
irmã gémea da pobreza
tem para mim tal encanto
que descubro em cada canto
através e beleza.

É pequena mas airosa
tanto que nos seus beirais
viver cheios de alegria
disputando a primazia
andorinhas e pardais

A minha casa é o centro
da minha felicidade
tratada com devoção
carinho e dedicação
tenho-lhe muita amizade

Apesar de pobrezinha
confrontos não arreceia
objecto de amor profundo
é ela todo o meu mundo
a minha casa da aldeia.



10

11

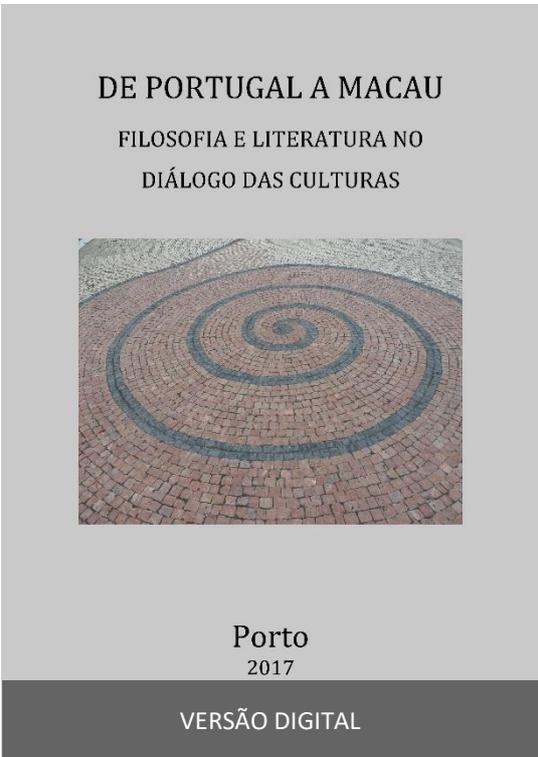
ANEXO V – Comparação do índice e da capa entre a edição digital e a impressa de *De Portugal a Macau: Filosofia e Literatura no diálogo das culturas*

Índice	4
PREFÁCIO	6
LÍNGUA E CULTURA - CADINHO DE DIFERENÇAS Guilherme d'Oliveira Martins	10
1 - ENTRE FILOSOFIA E LITERATURA	
O POEMA DE FORMA LIVRE: OITO ELEGIAS CHINESAS, DE CAMILO PESSANHA Adolfo Gonçalves	19
PORQUE ES UM POVO QUE ABANDONA A TUA CASA – DESAMPARO PORTUGUÊS EM DANIEL FARIA Ana Catarina Milhazes	37
O PENSAMENTO MORAL DE LEÓNIO ALFREDO FERREIRA António Aresta	54
UM CORDEL, TRÊS CONTINENTES António de Abreu Freire	71
DA RELAÇÃO ORIGINAL FILOSOFIA-POESIA NO PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO PORTUGUÊS Artur Manso	100
CAMILLO PESSANHA - INSULARIDADE E EXÍLIO Celina Veiga de Oliveira	117
ORIENTE PLURAL NO UNIVERSO PESSOANO Cristina Zhou	127
ALTIÑO TOJAL E ANTOINE VOLODINE: A UTOPIA DO IMPÉRIO Egídia Souto	135
MACAU, PÉROLA PRODIGIOSA: A COMPARAÇÃO COMO SAÍDA DE SI Gonçalo Cordelto	145
OS MEANDROS DA FILOSOFIA DE LIBERTAÇÃO NA OBRA DE PEPPIETELA: ENTRE A UTOPIA E A PROFECIA Inocência Mata	158
PODER/SER: FILOSOFIA, TRADIÇÃO E UTOPIA Luis G. Soto	169
DESCOBRIMENTOS MARÍTIMOS: MISCEGENAÇÃO E PRECONCEITO EM SENNA FERNANDES Margarida Conde	181
ROY CINATTI E (AINDA) O "PROBLEMA DA HABITAÇÃO": DO HABITAT DE TIMOR A UMA "ARQUITETURA DA ALMA" Maria Luísa Malato	192
O "COMPÉNDIO DE PHILOSOPHIA THEORETICA E PRÁCTICA" DE FRANCISCO XAVIER RONDINA S.J.: O RENASCIMENTO DA NEO-ESCOLÁSTICA Maria Manuela Brito Martins	207
O RETRATO "LÚBRICO" FEMININO EM CAMILO PESSANHA E CESSÁRIO VERDE Maria João Carvalho	230
HÓMENS DE RAUL BRANDÃO: UM ROMANCE EXISTENCIAL E METAFÍSICO Maria de Lourdes Sirgado Ganho	239
WENCESLAU DE MORAES E A NOÇÃO SENTIMENTAL DAS COISAS E DOS HOMENS Mário Carneiro	245
PADRE JOAQUIM GUERIA, SJ: ENTRE CONFUCIONISMO E CRISTIANISMO Patrícia Calvário	253
DO VAZIO EM ANTONIO RAMOS ROSA Paulo Borges	261
FIGURAÇÕES DAS LÁGRIMAS NA POESIA PRIMEIRA DE TEIXEIRA DE PASCOALES Rodrigo Michel dos Santos Araújo	270
ESCATOLOGIA, UKRONIA E UTOPIA EM ANTONIO QUADROS Samuel Dimas	279
POESIA E NAVEGAÇÃO: O IMPACTO DA HISTÓRIA E DO MITO NA DEFINIÇÃO DE UMA POÉTICA ESPECIFICAMENTE PORTUGUESA Vera Borges	294

VERSÃO DIGITAL

ÍNDICE	1
PREFÁCIO	6
LÍNGUA E CULTURA - CADINHO DE DIFERENÇAS Guilherme d'Oliveira Martins	10
1 - ENTRE FILOSOFIA E LITERATURA	
O POEMA DE FORMA LIVRE: OITO ELEGIAS CHINESAS, DE CAMILO PESSANHA Adolfo Gonçalves	19
PORQUE ES UM POVO QUE ABANDONA A TUA CASA – DESAMPARO PORTUGUÊS EM DANIEL FARIA Ana Catarina Milhazes	37
O PENSAMENTO MORAL DE LEÓNIO ALFREDO FERREIRA António Aresta	54
UM CORDEL, TRÊS CONTINENTES António de Abreu Freire	71
DA RELAÇÃO ORIGINAL FILOSOFIA-POESIA NO PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO PORTUGUÊS Artur Manso	100
CAMILLO PESSANHA - INSULARIDADE E EXÍLIO Celina Veiga de Oliveira	117
ORIENTE PLURAL NO UNIVERSO PESSOANO Cristina Zhou	127
ALTIÑO TOJAL E ANTOINE VOLODINE: A UTOPIA DO IMPÉRIO Egídia Souto	135
MACAU, PÉROLA PRODIGIOSA: A COMPARAÇÃO COMO SAÍDA DE SI Gonçalo Cordelto	145
OS MEANDROS DA FILOSOFIA DE LIBERTAÇÃO NA OBRA DE PEPPIETELA: ENTRE A UTOPIA E A PROFECIA Inocência Mata	158
PODER/SER: FILOSOFIA, TRADIÇÃO E UTOPIA Luis G. Soto	169
DESCOBRIMENTOS MARÍTIMOS: MISCEGENAÇÃO E PRECONCEITO EM SENNA FERNANDES Margarida Conde	181
ROY CINATTI E (AINDA) O "PROBLEMA DA HABITAÇÃO": DO HABITAT DE TIMOR A UMA "ARQUITETURA DA ALMA" Maria Luísa Malato	192

VERSÃO IMPRESSA



ANEXO VI – Carta de convite aos convidados do Jantar Literário *Harry Potter*



Confirmação de Presença no Jantar para Fãs - Harry Potter

Cara Sra. ,

Temos o prazer de confirmar que contamos com a sua presença no Grande Banquete que decorrerá no dia 07 de dezembro de 2017, organizado pela Livraria Lello, inspirado na Escola de Bruxaria e Feitiçaria de Hogwarts. Este evento servirá como celebração de todos os feiticeiros, pequenos e grandes, que nunca deixaram os *muggles* roubar a magia dos seus corações.

Contamos apenas com os melhores e mais dedicados fãs de Harry Potter, pelo que se trata de uma enorme honra. Pedimos-lhe que esteja presente às 19h00 na Livraria Lello, de onde partirá o nosso próprio Expresso de Hogwarts, com destino a um local fantástico – e secreto.

Abaixo encontrará uma lista de materiais essenciais à entrada e participação na cerimónia, para a qual pedimos a sua total atenção e observância. Sobre esta carta, não será necessário que a traga consigo, pelo que pode conservá-la como preferir.

É com grande satisfação e entusiasmo que esperamos poder recebê-la como parte desta comemoração. Pedimos apenas que sejam seguidas todas e quaisquer ordens que lhe sejam transmitidas aquando da sua chegada. Caso contrário, tal como a Ministra de Magia Hermione Granger adverte: correrá o risco de se magoar – ou pior, ser expulsa.

DRACO DORMIENS NUNQUAM TITILLANDUS

É requerido que compareça com:

- O seu melhor uniforme ou a sua mais poderosa varinha;
- Poderá fazer-se acompanhar de uma coruja OU um gato OU um sapo (de pelúcia);
- Caso pretenda fazer parte da equipa de Quidditch, não se esqueça da sua Nimbus.

Se não tiver estes itens ao seu dispor, terá de compensar espalhando a magia com o seu humor.

É crucial que os conteúdos teóricos sobre feitiços, poções e criaturas fantásticas estejam sabidos, pois serão testados ao longo da noite. Quem se ousar a pronunciar *leviOsa* como *levioSA* será automaticamente reprovado.

Livraria Lello - Porto | Rua das Carmelitas, n.º 144 | www.livrarialello.pt | +351 222 002 037

EMENTA.

DECRETO NUTRICIONAL

 **N. 137**

<p style="text-align: center;"><u>Bebidas</u></p> <p>Lion's courage Refresco de sabor a morango</p> <p>Serpent's ambition Refresco de sabor a menta</p> <p>Eagle's wisdom Refresco de sabor a mirtilo</p> <p>Badger's loyalty Refresco de sabor a ananás</p> <p>Dementor's antidote Sidra de maçã</p> <p>Butterbeer Cerveja amanteigada sem álcool</p> <p style="text-align: center;"><u>Aperitivos</u></p> <p>Hogwarts Express Trolley's Special Empadas de abóbora</p> <p>Dobby's Delight Sliders de carne de vaca e cebola gratinada</p>	<p style="text-align: center;"><u>Pratos principais</u></p> <p>Portuguese Long-Snout's Fiery Soup Sopa de tomate e coentros</p> <p>The Grand Feast Puré de alho assado com molho de creme-pimenta Coxas de frango caramelizadas e assadas</p> <p style="text-align: center;"><u>Sobremesas</u></p> <p>Harry's Favourite Torta de Melaço</p> <p>Knickerbocker Glory Gelado de baunilha e coulis de frutos vermelhos</p> <p>Happee Birthdae Gâteau de chocolate e cobertura de buttercream</p> <p>For Seekers Only Bombons de chocolate Ferrero Rocher</p> <p style="text-align: center;"><u>Sweets & Treats</u> (doces e muitas mais surpresas, cortesia da Honeydukes)</p>
---	--



LIVRARIA LELLO
PORTO

Jantar para fãs - Harry Potter
07 de dezembro de 2017

Casa Paroquial
Mosteiro de Leça do Balio
R. de Santos Lessa
4465-332, Leça do Balio

