

**Relatório de Estágio na Booktailors – Consultores
Editoriais**

Andrea Filipa Dias Madruga

Relatório de Estágio de Mestrado em Edição de Texto

Maio 2017

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Edição de Texto, realizado sob a orientação científica do Professor Doutor Rui Zink.

AGRADECIMENTOS

À minha mãe e ao meu pai, pelo apoio incondicional e pelo esforço que fizeram para eu poder estudar aquilo que mais gostava.

À minha irmã, por ser o meu pilar.

Aos meus colegas de mestrado, que me deram a conhecer Lisboa. Sei que levo daqui amigos para a vida.

Aos meus colegas de estágio, que tornaram esta aventura bem mais memorável. Sem eles, isto não teria tido nem metade da piada.

Ao Professor Rui Zink, pela disponibilidade e pela ajuda proporcionadas ao longo do meu percurso.

E, ao Paulo e a toda a equipa da Booktailors, por me terem recebido.

RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA BOOKTAILORS – CONSULTORES EDITORIAIS

ANDREA FILIPA DIAS MADRUGA

RESUMO

O presente relatório de estágio pretende descrever as tarefas realizadas no estágio curricular na Booktailors – Consultores Editoriais, para concluir o mestrado em Edição de Texto. Na primeira parte, apresentarei a entidade acolhedora, o seu percurso e as suas áreas de actuação. Na segunda parte, descreverei as actividades que realizei na empresa. A conclusão pretende reflectir brevemente sobre as tarefas efectuadas ao longo do estágio e sobre o mundo da edição em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: estágio curricular, Booktailors, Edição de Texto, agenciamento literário, base de dados

ABSTRACT

This internship report aims to describe the tasks I performed during the internship held in Booktailors – Consultores Editoriais, required to conclude the master's degree in Editing and Publishing. In the first part, I will describe the entity, its path and its areas of expertise. In the second part, I will describe the activities I developed in the company. The conclusion aims to do a brief reflection on the tasks I performed during the internship and on the publishing world in Portugal.

KEYWORDS: internship, Booktailors, book publishing, literary agency, data base

ÍNDICE

Introdução	1
1. Apresentação da empresa	3
1.1. Consultoria	4
1.2. Agenciamento	5
1.3. Eventos	5
1.4. Formação.....	6
2. Estágio curricular.....	6
2.1. Programa Bookcamp	7
2.2. Manuais de agenciamento e de produção de eventos	8
2.3. Leituras e fichas de produto.....	10
2.4. Agenciamento	11
2.4.1. Análise de catálogos e manutenção da base de dados internacional	11
2.4.2. Procura e contacto com editoras estrangeiras para apresentação de obras	12
2.5. <i>Newsletter</i>	15
2.6. Recolha de entrevistas e artigos do mundo editorial	15
2.7. Criação de uma editora fictícia.....	16
2.8. Resumo de estudos de mercado editorial	18
2.9. Criação da base de dados do Instituto Camões	19
Conclusão	20
Bibliografia	23
Anexos.....	25

Introdução

Durante a componente lectiva do mestrado de Edição de Texto da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, percebi que queria terminar o curso passando pela experiência de estagiar, de modo a poder pôr em prática os conhecimentos adquiridos ao longo dos vários seminários frequentados.

Depois de saber que tinha sido aprovada nos seminários, chegou, por fim, a altura de actualizar o meu currículo e de escrever várias cartas de apresentação, para editoras, revistas e redacções de jornal. Foram muitas as semanas que se resumiram apenas a respostas desfavoráveis ou, na grande maioria dos casos, à falta de resposta *tout court*. Encontrar empresas que aceitavam estagiários foi um processo difícil e demoroso. Contudo, após algum tempo de persistência e de procura, tentei a minha sorte com a Booktailors, a agência literária de referência em Portugal.

A resposta foi rápida, dizendo que a minha candidatura seria analisada. Mais tarde, recebi um outro e-mail para marcar uma entrevista, onde os meus conhecimentos do mundo editorial foram testados e onde me foi vagamente explicado as tarefas que iria desempenhar, passando pelas três áreas da empresa: agenciamento, produção de eventos e consultoria. No dia seguinte, ligaram-me a confirmar a obtenção do estágio.

Tomei a iniciativa de conhecer melhor a obra de alguns dos autores agenciados pela empresa, iniciando uma série de leituras até ao início do estágio. A 31 de Outubro de 2016 iniciou-se finalmente o estágio, momento em que me foi introduzido o plano mais detalhado de actividades que viria a desempenhar.

Assim, no presente relatório, irei apresentar a empresa Booktailors, na qual passei as 400 horas estipuladas. O meu trabalho passou, principalmente, pela manutenção da base de dados de editoras internacionais, que implicou uma análise cuidada de centenas de catálogos, e pela leitura de várias obras dos autores agenciados e pelo conseqüente preenchimento das respectivas fichas de produto. Tive também de encontrar editoras de todo o mundo que poderiam ter interesse em publicar autores da agência, enviando-lhes então uma proposta com a sinopse do livro,

blurbs da imprensa e o PDF completo, quando possível. Nesta tarefa foi importante apresentar a empresa e o seu catálogo, para que as editoras tivessem em primeira mão obras que poderão querer editar no futuro.

Por fim, farei uma breve reflexão sobre o que aprendi ao longo do mestrado, nomeadamente durante o estágio, e sobre a situação da edição em Portugal.

1. Apresentação da empresa

A Booktailors surgiu em 2007, apresentando-se ao mercado editorial como uma consultora editorial. Muito voltada para a comunicação editorial e o *marketing*, tornou-se popular através do *site* Blogtailors que, oito anos depois, tomou a forma de uma *newsletter* semanal. Esta preocupação em proporcionar informações relevantes relativamente ao mercado levou à publicação de obras como *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*, de José Afonso Furtado, e a colecção «Protagonistas da Edição» com entrevistas, realizadas por Sara Figueiredo Costa, a figuras importantes do mundo da edição.

Outro elemento que destaca a Booktailors no mundo editorial em Portugal é a formação, propondo cursos de revisão de texto, comunicação editorial, estratégia editorial e orçamentação gráfica, entre outros. Esta iniciativa permite que a pessoa adquira as bases necessárias para se lançar no mundo da revisão, por exemplo, uma vez que existem vários níveis: inicial, intermédio e avançado. Ou seja, frequentando os três cursos de revisão, os conhecimentos adquiridos são uma boa ferramenta de introdução ao mundo da revisão para quem tem interesse nessa área.

Esta empresa foi expandindo a sua actividade, tornando-se líder e pioneira no mercado editorial português, nas áreas de consultoria editorial, formação profissional na área do livro, agenciamento literário, bem como organização de eventos literários.

Em 2013, a Booktailors lança-se finalmente a nível internacional. Tem estado presente em inúmeras feiras internacionais e, nesse mesmo ano, foi responsável pela organização de toda a presença portuguesa na Feira do Livro de Bogotá, o maior evento cultural da Colômbia. O que levou, depois, à criação do salão de direitos na Feira de Bogotá.

Entretanto, foi criada a chancela Elsinore, pertencente ao grupo 20|20, com um catálogo caracterizado pela ficção literária, onde encontramos várias obras da vencedora do Prémio Nobel da Literatura em 2015, Svetlana Alexievich. Os livros desta chancela destacam-se pela sua capa com acabamento de veludo, o que suscita uma sensação agradável ao toque. A Booktailors escolheu o nome, inspirando-se no poema

de Mário Cesariny, “You Are Welcome to Elsinore”, salientando assim a tendência mais literária e requintada desta chancela.

Por outro lado, a Booktailors tem vindo a destacar-se na produção de eventos, nomeadamente com a estreia dos festivais literários Tinto no Branco, que decorre em Viseu, e Húmus, em Guimarães, no âmbito das comemorações do 150.º aniversário do nascimento de Raul Brandão.

1.1. Consultoria

Esta área é particularmente dirigida a empresas que actuam na área editorial, tanto em Portugal como no estrangeiro. A empresa tem revelado algum êxito, através de estudos estratégicos para a fundação e criação de marcas, sendo responsável pelo surgimento da 20|20, um dos maiores grupos da actualidade no mercado português, bem como o relançamento da marca Quetzal, em 2008, da qual foi responsável por toda a estratégia que levaria à reformulação da marca e comunicação.

A área da consultoria editorial é composta por:

- a) estratégia editorial – passa pela definição de catálogos, por estudos de oportunidade do sector, pelo *scouting* e pela negociação de direitos;
- b) gestão e administração – pressupõe a reformulação de ferramentas e métodos de trabalhos internos e recrutamento;
- c) *marketing* e comunicação – envolve planos de *marketing* e comunicação para marcas, colecções e livros;
- d) coordenação editorial – implica a coordenação de projectos editoriais na íntegra ou em áreas específicas como a revisão, tradução, paginação, preparação de originais, etc.
- e) produtos personalizados/*packaging* – diz respeito à criação de produtos para marcas, tais como agendas ou livros comemorativos;
- f) *branding* – relaciona-se com o desenho de identidade gráfica, projectos gráficos de paginação ou a decoração de espaços.

1.2. Agenciamento

A Bookoffice é a primeira agência portuguesa de serviços a autores, fazendo um acompanhamento de 360° ao autor, ou seja, integral. Representa mais de trinta autores e ilustradores, de entre os quais, Afonso Cruz, João Tordo, Carla Maia de Almeida, Paulo Galindro, Teolinda Gersão e Frederico Lourenço.

Este acompanhamento pressupõe a presença da empresa em momentos como a negociação de direitos e pode implicar também o acompanhamento do processo de escrita, bem como a promoção e a gestão de agenda.

Graças à persistência e ao trabalho de toda a equipa, os autores agenciados pela Bookoffice estão actualmente presentes nos vários continentes, em países como o Brasil, o México, a França, a Sérvia, a Itália e a Alemanha, entre muitos outros.

1.3. Eventos

A Booktailors é líder em eventos literários. Em 2010, a equipa decide finalmente apostar numa rede de festivais em Portugal, iniciando-se assim um festival literário na cidade do Funchal, ao qual sucede a programação da feira do livro dessa mesma cidade.

Em 2012, um outro ano de estreias, foi organizado o festival literário Fronteira, na cidade de Castelo Branco. E, por outro lado, iniciou-se o programa Ensaio Geral na Livraria Ferin. Esta é uma parceria entre a Rádio Renascença e a Livraria Ferin, que já reuniu perto de uma centena de figuras ligadas à cultura, principalmente.

Em 2013, coube à Booktailors organizar a presença portuguesa na Feira Internacional do Livro em Bogotá, sendo Portugal convidado de honra. A participação nesta feira bateu todos os recordes de afluência e, por esse mesmo motivo, a própria organização considerou-a a melhor de sempre.

Ainda em 2013, a produção executiva do festival LeV – Literatura em Viagem – ficou a cargo da Booktailors. Nesse mesmo ano, em parceria com o Goethe-Institut, organizou o festival Afinidades Electivas, que tem como foco a literatura de países de expressão alemã (Alemanha, Áustria, Luxemburgo e Suíça).

Em 2014, lançou as primeiras edições do Festival Novo Jornalismo, em Santo Tirso, e do Diáspora – Festival Literário de Belmonte. Assumiu também a produção executiva, em Matosinhos, da Festa da Poesia e, no Porto, foi responsável pela programação de debates para o regresso da Feira do Livro do Porto.

Após o convite do Secretário de Estado da Cultura, em 2015, a Booktailors foi responsável pela produção do ciclo de conferências O Lugar da Cultura, decorrido no Centro Cultural de Belém, em Lisboa. Para além da continuidade de eventos anteriores, 2015 foi um ano em que se estrearam outros, surgindo o 1.º Festival Literário de Bragança, com a produção executiva Booktailors, e o FIC, o Festival Internacional de Cultura de Cascais.

Em 2015, organizou ainda as Jornadas Pedagógicas de Lousada, direccionado para professores e bibliotecários. E preparou também a estreia de dois novos festivais: Tinto no Branco, em Viseu, que explora a relação entre a literatura e o vinho, e o Festival Oeiras a Ler – Fique na História, em Oeiras, focado no ensaio e na narrativa histórica.

Já passaram mais de quinhentos convidados por todos estes eventos, alguns deles com várias edições, em centenas de mesas-redondas, exposições e outras mostras de cinema, em que o livro é sempre o centro.

1.4. Formação

A Booktailors é a principal entidade formadora do mercado editorial português, sendo os seus formadores indivíduos com uma vasta experiência no mercado editorial. Os cursos são variados mas mantêm sempre o seu foco no mercado do livro, desde a revisão até à gestão editorial.

2. Estágio curricular

Uma das políticas da Booktailors consiste em abrir vagas para estagiários, de modo a integrá-los no mundo do trabalho, sem descuidar a parte da formação, essencial para quem não tem ainda experiência profissional. Assim, concilia-se

trabalho com formação. Esta situação é benéfica simultaneamente para a empresa e para o estagiário, dado que a Booktailors percebe quais as lacunas do estagiário e pode, assim, insistir nesses aspectos, de modo a haver uma melhoria, favorável para ambas as partes.

O estágio iniciou-se a 31 de Outubro de 2016 e terminou a 13 de Fevereiro de 2017, tendo tido uma duração de 400 horas. Tive como orientador Paulo Ferreira, o director-geral da empresa.

Numa primeira parte, li obras de alguns dos autores agenciados e fiz a respectiva ficha de produto, composta pelos argumentos de venda, pela sinopse e pelo enredo. Esta actividade foi sendo intercalada com a manutenção da base de dados de editoras internacionais, com os contactos e outras informações relevantes de editoras estrangeiras, agências e associações.

Na segunda parte do estágio, o meu trabalho esteve mais concentrado na área de agenciamento. Novamente, fiz várias leituras, desta vez no domínio da literatura infanto-juvenil, e completei as fichas de produto. Depois, procurei exaustivamente editoras que poderiam ter interesse em ver estas obras no seu catálogo. Por fim, redigi dezenas de e-mails com as respectivas propostas.

2.1. Programa Bookcamp

O meu estágio enquadrou-se num novo programa, uma iniciativa de Paulo Ferreira, denominado Bookcamp, tendo sido esta a primeira edição. Consiste no agrupamento de vários estudantes de diferentes universidades, de modo a fomentar a partilha de conhecimentos e de outras realidades, com o objectivo de conjugar, simultaneamente, trabalho e formação. Ao todo, éramos cinco estagiários, três dos quais, eu incluída, do mestrado de Edição de Texto da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e as restantes duas do mestrado de Estudos Editoriais da Universidade de Aveiro.

Este programa teve como intenção a integração do estudante no mundo laboral, permanecendo ainda um espaço disponível para a formação, de modo a não sentir de forma tão abrupta a discrepância entre a academia e o mundo do trabalho. O espírito de iniciativa sempre foi alimentado pela equipa, o que me levou a redobrar a

atenção aos acontecimentos do mundo editorial, começando a ir de forma assídua aos mais variados lançamentos, para perceber a sua organização e quais os seus intervenientes.

Paralelamente a esta entrada progressiva no mundo laboral, fui recebendo algumas formações de Excel, entre outras mais direccionadas para o funcionamento da empresa. Houve também formações de gestão editorial, que surgiram na base de um exercício proposto: a criação de uma editora e, por conseguinte, perceber quais os custos e os passos a efectuar para que esta se tornasse numa realidade concreta. Uma vez que não houve nenhuma cadeira introdutória de gestão durante a parte curricular do mestrado, muitos termos eram-me praticamente desconhecidos, não sabendo, portanto, como calcular o *breakeven*, por exemplo.

Para complementar a formação, Paulo Ferreira encarregou-se de contactar várias figuras do mundo editorial, que se mostraram disponíveis em dispensar um pouco do seu precioso tempo, para nos falarem da sua experiência e para nos esclarecerem possíveis dúvidas. Contámos com a presença de Nuno Quintas, ligado à revisão, Ana Moreira, da área da paginação, Duarte Vaz-Pinto, da distribuição, Luís Alegre, do *design*, e, contámos ainda com a presença de quatro editores: Pedro Reinho (Zero a Oito), Clara Capitão (Penguin Random House), Eduardo Boavida (Bertrand) e Carlos da Veiga Ferreira (Teodolito). Ouvir grandes editores falar da sua experiência foi, sem dúvida, inspirador e crucial, permitindo-me perceber melhor o funcionamento do mundo editorial.

2.2. Manuais de agenciamento e de produção de eventos

No primeiro dia de estágio, facultaram-me dois manuais de procedimentos: o de agenciamento e o de produção de eventos. Neles estão alguns dos passos sobre como proceder em determinadas situações destas duas áreas da empresa.

No manual de agenciamento, há uma breve apresentação da Bookoffice, a primeira agência literária portuguesa, e da equipa que a representa. Segue-se uma listagem dos serviços que a agência oferece, dos quais destacaria:

- a) relações internacionais – preocupação em ver as obras dos agenciados traduzidas e publicadas no mundo inteiro. Pressupõe o contacto com

agências literárias e editoras, para a apresentação do catálogo da Bookoffice;

- b) gestão da agenda do autor – acompanhamento integral do autor, sendo as suas presenças em eventos de diferentes dimensões (conferência numa biblioteca ou num festival literário) geridas pelos agentes;
- c) acompanhamento do processo editorial.

No manual de produção de eventos estão descritas as várias fases de um projecto, o que inclui:

- a) orçamentação;
- b) programação – importa ter em conta o público-alvo;
- c) comunicação – tudo o que leva o evento a ser conhecido do público, quer seja através de convites, das redes sociais, etc. Incluem-se também os anúncios de imprensa, elementos para decoração do espaço onde decorre o evento e os vídeos de promoção;
- d) contratação;
- e) pré-produção – alojamento, restaurantes, transportes;
- f) pós-produção – agradecimentos, relatório.

Nestes manuais, encontramos a maioria dos passos a efectuar nas áreas de agenciamento e de produção de eventos. Por exemplo, no de agenciamento, está explicado como proceder na venda de direitos ou na procura de editoras para o envio de propostas de obras dos autores agenciados e como redigir esses mesmos e-mails. Por outro lado, o de produção de eventos contém os passos para a organização de eventos, área na qual a empresa se tem vindo a destacar ao longo dos anos.

Houve uma pequena sessão dedicada a esclarecimentos de dúvidas, uma vez que havia partes pouco claras para quem nunca tinha trabalhado na área, bem como termos específicos com um significado demasiado vago para alguém inexperiente.

2.3. Leituras e fichas de produto

Depois de familiarizada com as instalações e os procedimentos de trabalho, coube-me a leitura de várias obras de autores contemporâneos portugueses agenciados pela Bookoffice. Assim, li *As Três Vidas*, *O Luto de Elias Gro* e *O Paraíso Segundo Lars D.*, do autor João Tordo, que tem vindo a destacar-se progressivamente no mundo literário português. Li também *Tóquio Vive Longe da Terra* de Ricardo Adolfo, *As Primeiras Coisas* de Bruno Vieira Amaral e, ainda, *Passagens* de Teolinda Gersão.

Estas leituras permitiram-me conhecer autores com os quais estava pouco familiarizada e, com este exercício, percebi também o quão variados são os autores agenciados pela mesma empresa, tendo cada um deles uma escrita particular que os distingue dos restantes. Senti que havia uma grande variedade de talento, não caindo na monotonia de ser tudo muito similar e pouco cativante.

Depois, tive de preencher fichas de produto (ver Anexo 1). Estas fichas encontram-se divididas em quatro pontos:

- a) ficha técnica – ano de publicação, editora, número de páginas, género e locais onde decorre a acção;
- b) argumentos de venda – prémios e características que destacam a obra;
- c) sinopse – não podia ultrapassar os 1000 caracteres;
- d) enredo – não podia ultrapassar os 7500 caracteres.

Os argumentos de venda são fundamentais para ganhar consciência dos pontos fulcrais das obras, de modo a perceber o que pode ser usado estrategicamente para a sua apresentação a editoras estrangeiras para uma eventual aquisição de direitos, resultando daí uma tradução que lançará o autor nesse país.

Por outro lado, a sinopse e o enredo são igualmente importantes, uma vez que a sinopse revela de forma clara e concisa todo o conteúdo do livro e o enredo fá-lo também, de modo mais detalhado. Estes textos têm por objectivo explicitar todo o conteúdo da narrativa, sem qualquer tipo de restrições, pois o que importa é que, ao lê-los, se fique a perceber e a conhecer a obra em questão. Além disso, ao longo do

enredo, fui colocando as páginas entre parêntesis rectos, de modo a poder consultar, se necessário, o livro e mostrar a progressão do resumo da narrativa.

Assim, estes elementos são fundamentais para a apresentação de um livro pois, através deles, o comprador consegue perceber minimamente se a obra se encaixa no seu catálogo. Caso estes elementos sejam suficientes para despertar o interesse do editor, poderá ainda ler uma ficha de excerto ou, caso seja possível, uma tradução inglesa da obra ou, pelo menos, dos primeiros capítulos.

As dificuldades sentidas durante esta tarefa foram encontrar os tópicos que seriam aplicáveis como argumentos de venda, uma vez que, tendo estudado literatura, a minha percepção de como se encara uma obra era diferente, mais teórica e menos virada para o mercado. E, por outro lado, a elaboração do resumo do enredo, pois estas obras nunca eram inferiores a duzentas páginas, sendo necessário perceber qual a informação realmente relevante para que esta fosse suficiente para cativar o eventual adquirente.

2.4. Agenciamento

2.4.1. Análise de catálogos e manutenção da base de dados internacional

Estas leituras foram sendo alternadas com uma outra actividade que ocupou uma parte considerável do meu tempo de estágio: a análise de catálogos de editoras estrangeiras, de todo o mundo, e o registo das mesmas na base de dados internacional da empresa. A tarefa atribuída permitiu-me ganhar consciência de como se encontra o mercado editorial mundial e quais as tendências editoriais em alguns países.

O meu trabalho consistia em acrescentar na base de dados o nome da editora, o continente onde esta se encontra e qual o país, a morada, o código postal, a localidade, o e-mail geral, o nome da(s) pessoa(s) de contacto, qual o seu cargo, o seu e-mail pessoal e o seu LinkedIn, quando possível. Tive também de indicar qual o *site* da editora ou agência e, quando possível, algumas notas que elucidassem quem não conhecesse a editora, dizendo qual o seu enfoque (ex.: especializada em literatura infanto-juvenil).

Por fim, nesta análise de catálogos, importava ainda saber que género de livros eram editados pelas diversas editoras, colocando então na base de dados se a editora

analisada publicava “Ficção Literária”, “Poesia e Teatro”, “Ficção Comercial”, “Thriller e Suspense”, “Infanto-juvenil”, “Ciências Sociais e Políticas, História, Biografia, Actualidade e Jornalismo”, “Desporto” e “Outros” (onde se enquadram novelas gráficas, banda desenhada e outros que não se encaixem nas categorias acima referidas).

Tinha também de salientar se a editora já tinha publicados autores portugueses e/ou de Língua Portuguesa. Caso isso tivesse sucedido, devia acrescentar os nomes dos autores, de forma a poder usar isso como gancho num eventual contacto com a editora, propondo um ou vários autores da agência.

Esta tarefa mostrou-me que é difícil perceber o que publicam algumas editoras, uma vez que os seus *sites* eram muito pobres em termos de conteúdo, não me sendo possível aceder ao catálogo completo. Outra dificuldade com a qual me deparei foi a barreira da língua, pois analisei catálogos de países muito variados e, em alguns casos, não dominava a língua em questão e a tradução que o *browser* me proporcionava era muita fraca, para além de haver numerosos casos em que nem a tradução me era facultada. Nestes casos tive que me guiar apenas pelas capas dos livros e perceber se a editora se enquadrava mais na categoria comercial ou literária, uma vez que após analisar tantas capas de livros, torna-se mais fácil perceber qual o objectivo destas e qual o público-alvo. As de cariz mais comercial tendem a ter cores mais apelativas e capas que se destacam a uma distância considerável, enquanto as que classificaria como literárias tendem a ter capas mais sóbrias, menos vistosas.

2.4.2. Procura e contacto com editoras estrangeiras para apresentação de obras

Numa segunda parte do estágio, tive de encontrar editoras que fossem potenciais compradoras das obras infantis anteriormente referidas, de Ana Saldanha e de Carla Maia de Almeida.

Percorrer centenas de editoras de todo o mundo, numa primeira fase, ajudou-me a ter uma visão mais clara de quais os países com uma forte aposta na edição do livro infantil, dos quais destacaria a França, a Itália e a Bélgica, que dão particular atenção a este género.

Apesar de ter esta breve noção de onde haveria potenciais clientes, tive de consultar exaustivamente a base de dados de editoras internacionais, que conta com cerca de duas mil entradas, escolhendo aquelas que tivessem uma categoria de “Infanto-juvenil” ou, nas notas, algo que denotasse uma forte inclinação para este género.

Assim, deparei-me com centenas de catálogos e tive de analisá-los, de modo a perceber se os livros publicados eram maioritariamente álbuns ilustrados ou livros para uma faixa etária mais alta. Durante esta análise, foi importante atentar nos nomes dos autores publicados, pois se encontrasse autores portugueses, seria mais fácil usar esse elemento como tática de aproximação durante o contacto via e-mail.

Antes de começar a redigir os e-mails, foi necessário percorrer a plataforma *Redbooth* utilizada na empresa, uma plataforma de gestão de tarefas, de modo a perceber se já tinha havido um contacto prévio, numa outra ocasião, com algumas das potenciais editoras. Caso encontrasse registos que comprovassem esse contacto, a estratégia a pôr em prática seria diferente, favorecendo um contacto menos formal.

Nesta fase, foi crucial consultar também a base de dados de autores, onde constam todas as obras dos autores agenciados e os países para os quais os direitos foram vendidos, para não correr o risco de, por exemplo, enviar para uma editora brasileira a proposta de um livro, quando este já tinha sido publicado numa outra editora do país.

Das centenas de editoras que analisei, tive de fazer uma lista de prioridades. Ou seja, escolher aquelas que contactaria primeiro. Assim, dei preferência a editoras com quem a agência tinha trabalhado previamente e a editoras que tivessem editado autores portugueses de literatura infantil, tais como Isabel Minhós Martins e Catarina Sobral, para ter como ponte de contacto o facto de já terem publicado autores portugueses. Depois de estabelecidas quais as prioridades, foquei-me naquelas que poderiam vir a ter interesse nas obras propostas, sendo o contacto, desta vez, mais formal.

Após estar a lista estabelecida, tive de começar a redigir os e-mails. Foi importante recorrer, uma vez mais, à base de dados internacional para retirar o nome

da pessoa responsável pelos direitos ou do editor, quando essa informação estava disponível, e o seu respectivo e-mail. Caso não houvesse qualquer destas informações, a única solução seria recorrer ao e-mail geral, esperando que a mensagem chegasse ao seu destinatário.

Foi essencial personalizar o e-mail ao máximo, de maneira a revelar um interesse genuíno na editora, mostrando que conhecia a equipa editorial, que tinha analisado atentamente o catálogo, e nomear uma ou duas obras que me pareceram relevantes e parecidas às que quero propor, realçando o facto que o seu catálogo não iria perder a harmonia com estas novas aquisições.

Numa segunda fase, importava pôr no e-mail a sinopse da obra, em inglês ou em português para os países cuja língua materna é o espanhol. Para além da sinopse, importava incluir *blurbs* da crítica e traduzi-los para inglês, quando necessário. Outro elemento fundamental que não pôde ser descurado foi o parágrafo final com os *links* para os *sites* do Instituto Camões e da DGLAB, a indicar a possibilidade de receber subsídios de tradução e de edição, sendo este segundo especificamente para o Brasil, se a candidatura for validada.

O e-mail era, portanto, constituído por uma breve apresentação da empresa, a razão pela qual estava a entrar em contacto com a editora, a demonstração de que conhecia o seu catálogo e a apresentação dos livros das autoras da agência, incluindo a sinopse, *blurbs* da imprensa e prémios, caso fosse aplicável, e, por fim, aludir à possibilidade dos subsídios do Instituto Camões e da DGLAB. O e-mail continha também o catálogo da Bookoffice, bem como *links* para a página das autoras na página da Bookoffice e dos respectivos livros. Quando os recursos da empresa assim o permitiam, junto da sinopse era inserida uma hiperligação para o ficheiro PDF da(s) obra(s) proposta(s), de modo a que a editora tivesse mais material para analisar, em vez de rejeitar logo a proposta por não ter itens suficientes para avaliação.

Depois, seguiu-se o envio dos respectivos e-mails. À medida que iam sendo enviados, tive de registar toda a informação na *Redbooth*, colocando a pessoa de contacto, o e-mail, a data e os livros propostos, de modo a ficarem guardados todos os passos do processo, para ser mais fácil a sua consulta em caso de alguma dúvida.

2.5. Newsletter

Uma outra actividade proposta foi a de contribuir para a *newsletter* da empresa que, semanalmente, dá a conhecer aos seus subscritores quais as grandes novidades do mercado editorial, tanto a nível nacional como internacional.

Para tal, tive de passar a ter um olhar mais atento e crítico face aos acontecimentos do mundo editorial. Aos poucos, fui cultivando o hábito de começar a seguir afincadamente jornais, revistas e blogues de todo o mundo, especializados nesta área. Como tal, comecei a recolher notícias, artigos e outros materiais que me parecessem pertinentes na integração da *newsletter* semanal.

Este foi um exercício fundamental para adquirir uma noção mais vasta do mercado editorial, uma vez que esta é uma parte muito pouco referida nas aulas e, antes de começar o estágio, não sabia concretamente onde poderia encontrar informação relevante e fidedigna relativamente à edição. Assim, aos poucos, fui percebendo quais as notícias e os artigos recolhidos com interesse para serem seleccionados e constarem na *newsletter*.

2.6. Recolha de entrevistas e artigos do mundo editorial

Propuseram-me ainda uma outra tarefa, que consistia em recolher entrevistas de editores e agentes literários de todo o mundo, bem como de artigos referentes ao mercado editorial. Depois dessa recolha, inseri a informação num documento para uma consulta rápida e eficaz, no caso de surgir uma dúvida sobre determinado assunto. O que fazem um agente literário e um editor era umas das grandes questões que se colocava antes do início do estágio. Foi essencial retirar da entrevista ou do artigo, conforme, os pontos fulcrais e destacá-los, para que numa pesquisa rápida, fosse possível encontrar os tópicos essenciais e relevantes.

Uma vez mais, esta actividade foi essencial para sentir uma aproximação e integração no mundo editorial, pois as informações referentes à edição pertencem a um círculo bastante fechado, que pode ser difícil de penetrar se não se souber por onde começar o contacto para uma progressiva familiarização com este ambiente.

2.7. Criação de uma editora fictícia

Para além de todas estas actividades, foi ainda proposta uma outra, a ser feita em conjunto com os meus quatro colegas, que ocupou uma parte considerável do estágio. Consistia na criação de uma editora, que, numa fase inicial, passou pela escolha de um nome, perceber qual seria a sua identidade e o seu público-alvo. De seguida, procurámos saber quais os custos associados e quais os passos a efectuar. Tivemos de fazer um orçamento, onde constavam os custos fixos e variáveis, bem como tudo aquilo que engloba a produção do livro, desde a revisão à distribuição. Com isto, percebi a importância de usar um cronograma, de modo a ter tudo bem definido e organizado, para ver qual a próxima iniciativa a ser tomada.

Depois, tivemos de escolher um catálogo, onde se deu prioridade a autores portugueses contemporâneos, bem como ao mundo infanto-juvenil. No que respeita os autores portugueses, sugeriram-nos que optássemos pelos autores agenciados, uma vez que já tínhamos tido um contacto prévio com alguns deles durante a primeira parte do estágio, ao ler os livros e fazer as fichas de produto. A razão desta opção baseia-se no facto de ser mais simples vender uma obra quando esta já foi lida, pois é mais fácil salientar quais os pontos fortes da mesma.

Contudo, acabámos por incluir outros autores portugueses, de modo a ter um catálogo mais diversificado ainda. E, numa segunda análise, achámos por bem incluir também autores estrangeiros, para enriquecer o catálogo. Tivemos sempre a preocupação de optar por autores que já tivéssemos lido para termos um bom conhecimento do livro, o que ajudava a perceber se o autor ou a obra se encaixava na identidade da editora.

Como foi anteriormente referido, o programa Bookcamp contou com algumas *masterclasses*, tendo sido um privilégio receber a visita de algumas figuras importantes do mundo da edição. Carlos da Veiga Ferreira falou-nos da sua experiência, dizendo que o seu catálogo sempre teve por base as suas leituras e o seu gosto pessoal. Por outro lado, Clara Capitão salientou a importância da leitura, um hábito indispensável, e referiu também que o leitor não deve ser descurado, procurando corresponder às suas procuras.

Estes conselhos foram preciosos para a elaboração do catálogo da nossa editora, uma vez que se tornou mais variado, mas tivemos sempre em conta o nosso gosto pessoal e mantivemos um olhar crítico, na medida em que importava reflectir sobre como chegar ao leitor e em que pontos apostar para o cativar. Por outro lado, numa outra *masterclass*, Pedro Reinho abordou a questão do calendário editorial, explicando quais as obras a editar em determinados meses do ano. Esta informação foi fundamental para a elaboração do nosso calendário, dado que é preciso estabelecer estratégias, de modo a que a publicação de determinado livro seja o mais rentável possível.

As dificuldades deste exercício prenderam-se muito na questão do orçamento, uma vez que não tinha bases de gestão editorial, tornando-se difícil, por isso, o cálculo de *breakeven*, factores e descontos médios, pois não estava familiarizada com estes termos até à minha chegada na Booktailors.

Por outro lado, também foi difícil perceber o que incorporar nos custos fixos e nos custos variáveis, uma vez que as noções de custos de revisão, paginação, tradução e pedidos de orçamentação de um livro, de um romance ou de um livro infantil eram muito fracas. Também foi importante debater as perspectivas de colocação e perceber como se procedia. Para todos estas etapas, o uso do Excel facilitou, tendo sido a ajuda de Paulo Ferreira fundamental, uma vez que eu não tinha tido um contacto prévio com o software.

Para complementar o exercício, tivemos de elaborar também uma estratégia de *marketing*, muito importante para o lançamento de um livro. Optámos por fazer dois modelos: um para os livros de autores contemporâneos e outro para os livros infantis.

Em relação aos livros de autores contemporâneos, foi necessário escolher o local de lançamento e quais os convidados e decidir se haveria mesa de debate, elaborar uma estratégia na utilização de redes sociais para a promoção do lançamento (que redes sociais utilizar, com que periodicidade, que tipo de publicações, patrocínios, etc.), decidir qual a posição do livro para venda (montra ou mesa) e assegurar que o livro constasse em *newsletters* importantes.

Quanto aos livros infantis, a estratégia difere em alguns pontos. Tivemos também de escolher o local de lançamento, sendo possível uma eventual parceria com bibliotecas. E, seria importante que, na apresentação do livro, pudesse ser organizado um conjunto de actividades, especialmente dirigidas às crianças, de maneira a captar a sua atenção e de lhes proporcionar uma manhã ou uma tarde memorável. Posto isto, a divulgação através das redes sociais e de *newsletters* continua a ser uma forma indispensável de a obra chegar ao público e, por consequente, a possíveis adquirentes da mesma.

2.8. Resumo de estudos de mercado editorial

Coube-me ainda resumir e traduzir dois estudos económicos sobre o mundo editorial e perceber quais as tendências.

No primeiro, mais breve, percebi algumas das diferenças regionais, nomeadamente entre a Europa e a Ásia, e a força dos grandes grupos editoriais, bem como a dificuldade em definir o que é um livro, uma vez que o manga japonês pode ser considerado um meio-termo entre o livro e a revista. Mas, acabou por ser igualmente incluído no estudo.

O segundo, um pouco mais extenso, foca-se mais nas tendências da tradução na Europa e sobre impacto que a tradução tem. O estudo reflecte sobre o porquê de alguns autores serem muito traduzidos, enquanto outros não chegam a atingir um reconhecimento internacional. Reflecte também sobre o facto de cada vez mais leitores no mundo inteiro, para além da sua língua materna, serem capazes de ler fluentemente o inglês, o que tem impacto nas traduções. Salaria ainda que as línguas com maior número de originais e também as mais traduzidas são o inglês, o alemão e o francês.

Ambos os estudos revelam certas tendências do mercado editorial, sendo isto importante para quem trabalha no mundo da edição, quer seja enquanto editor, agente literário ou até mesmo escritor. E, neste caso em concreto, para o agente literário importa saber para que países deve enviar propostas, tendo em conta as preferências do leitor, de modo a corresponder às expectativas desse mercado.

2.9. Criação da base de dados do Instituto Camões

Coube-me ainda uma tarefa, a de criar uma base de dados com contactos do Instituto Camões de todos os continentes. Tive de colocar: “Nome da entidade” (ex.: coordenação de ensino de português no estrangeiro – Berlim), “Continente”, “País”, “Morada”, “Código postal”, “Localidade”, “E-mail geral”, “Nome de contacto”, “Cargo”, “E-mail pessoal”, “LinkedIn” e ir preenchendo estas categorias conforme a informação disponível.

O objectivo desta base de dados consiste em contactar as entidades ou os indivíduos, para poder estabelecer parcerias. Deste modo, torna-se mais fácil obter mais informações sobre editoras, que podem ajudar na publicação de alguns autores.

Por outro lado, estes contactos são também importantes para os eventos, uma vez que têm um conhecimento *in loco*, havendo já estruturas prontas a serem utilizadas, facilitando consideravelmente o trabalho da equipa da Booktailors.

Conclusão

O estágio curricular que realizei na Booktailors foi, sem dúvida, um marco importante na minha vida. Permitiu que complementasse a minha formação académica, pondo em prática alguns dos conceitos adquiridos ao longo dos vários seminários. Foi também crucial como experiência de primeiro contacto com o mundo laboral.

Ao longo das 400 horas que passei nas instalações, aprendi que é preciso ter a capacidade de realizar tarefas bem distintas num curto espaço de tempo, nomeadamente passar da leitura de um livro e da elaboração do seu respectivo resumo, para a manutenção de base de dados, que implicam pesquisas exaustivas para a respectiva actualização.

No geral, o estágio foi uma experiência positiva e enriquecedora, que me permitiu conhecer melhor o trabalho da empresa. Contudo, acabei por passar por apenas uma das áreas da Booktailors: o agenciamento. Ficaram, assim, as áreas da produção de eventos e da consultoria por explorar, sendo a última particularmente do meu interesse, uma vez que era a que tinha maior contacto com o texto.

Ao longo dos meses que passei na empresa, consegui ver diferenças entre editoras portuguesas e as de outros países. Tive oportunidade de, graças ao meu trabalho de contacto com editoras estrangeiras (ver 2.4.), verificar que há uma diferença de comportamento entre as nossas editoras e as editoras nórdicas, por exemplo. Estas últimas tendem a ter no seu *site online*, ou no seu catálogo em papel, claramente discriminados os seus contactos e as funções que desempenham. Isso torna a comunicação mais fácil, mais clara e, na minha opinião, mais eficaz.

As editoras portuguesas, em comparação com estas, parecem-me mais confusas na organização, voluntária ou involuntariamente, o que dificulta a comunicação. Não diria que isto é uma realidade, mas é a percepção que adquiri ao longo das várias pesquisas e análises de catálogos que tive de fazer. E, numa altura em que a comunicação foi tornada mais rápida graças ao e-mail, esta falta de dinamismo será talvez prejudicial.

Percebi também que o tratamento dado ao livro infantil difere dos outros livros, tais como os romances. Tive de contactar editoras a propor livros infantis e, num só e-mail, podia apresentar cinco livros, pois tendo em conta que um livro infantil tem em média 32 páginas, a sua análise e o respectivo *feedback* tendem a ser mais rápidos. O processo é, em geral, menos demorado do que a análise de romances. Quando se apresentam romances, não se devem exceder os três, porque sendo que cada um tem, por norma, pelo menos 200 páginas, torna-se excessivo para quem tem de os analisar e decidir se aceita ou rejeita a(s) proposta(s). O que pode ser prejudicial quer para o autor, que não vê a sua obra publicada, quer para a editora, que pode estar a perder um bom livro que dispensou por falta de disponibilidade em investir o seu tempo a analisá-lo.

Com o estágio, percebi também a importância do agente literário, quer para o autor como para o leitor. Para o primeiro, o agente é fundamental porque este trabalha para que a obra do agenciado seja espalhada pelo mundo. E, para o segundo, o agente é importante porque acaba por ter influência nos autores que chegam aos leitores, o que permite que, por vezes, surjam no mercado surpresas agradáveis, que ganham algum destaque face a outras obras.

Vi também que existem diferentes abordagens no mercado do livro, uma que procura ter em atenção aquilo que o público mais procura no momento, dando-lhe aquilo que quer. E outra que luta um pouco contra a maré e continua a apostar na publicação de obras mais literárias, apesar do número de leitores desta categoria ser inferior. Na minha opinião, importa que haja mercados diversificados, uma vez que há vários tipos de leitor e importa chegar a todos, mesmo que estes tenham interesses muito distintos.

Por outro lado, graças ao exercício da criação da editora, ficaram mais claros alguns dos conceitos abordados em aula, nomeadamente o cálculo do *breakeven*. E, encontrando-me na recta final do mestrado, posso concluir que foi importante perceber que o livro é também uma mercadoria. Posso dizer que adquiri uma visão mais pragmática do livro. Este deve ser visto tal como é, um objecto, que implica um investimento e que exige um retorno. Para além de que o escritor tem de passar a ser encarado de forma diferente, uma vez que há uma tendência, bastante enraizada, em

convidá-lo para falar em eventos sem se prontificarem a oferecer pagamento. Mas, tal como acontece com um músico, o escritor tem de ser igualmente remunerado pelo seu trabalho.

As várias componentes do mestrado em Edição de Texto, lectiva e não lectiva, confirmaram a ideia que vinha a alimentar há algum tempo, a de construir o meu percurso profissional na área da edição, de lidar com o texto de perto. Contudo, na minha opinião, seria benéfico haver mais seminários na área de gestão editorial e de *marketing*, para que a inserção no mundo do trabalho seja mais gradual e não haja um choque demasiado acentuado entre a academia e o mundo laboral.

Bibliografia

Livros que trabalhei

ADOLFO, Ricardo (2015). *Tóquio Vive Longe da Terra*. Lisboa: Companhia das Letras.

ALMEIDA, Carla Maia de (2013). *Irmão Lobo*. Lisboa: Planeta Tangerina.

_____ (2015). *Amores de Família*. Lisboa: Editorial Caminho.

AMARAL, Bruno Vieira (2013). *As Primeiras Coisas*. Lisboa: Quetzal.

SALDANHA, Ana (2010). *O Papão no Desvão*. Lisboa: Editorial Caminho.

_____ (2011). *Eu Só, Só Eu*. Lisboa: Editorial Caminho.

_____ (2015). *Gato Procura-se*. Lisboa: Editorial Caminho.

TORDO, João (2012). *As Três Vidas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

_____ (2015). *O Luto de Elias Gro*. Lisboa: Companhia das Letras.

_____ (2015). *O Paraíso Segundo Lars D*. Lisboa: Companhia das Letras.

Bibliografia auxiliar

COSTA, Sara Figueiredo (2012). *Fernando Guedes – O decano dos editores portugueses*. Lisboa: Booktailors.

COSTA, Sara Figueiredo (2013). *Carlos da Veiga Ferreira – Os editores não se abatem*. Lisboa: Booktailors.

FURTADO, José Afonso (2009). *A Edição de Livros e a Gestão Estratégica*. Lisboa: Booktailors.

MANGUEL, Alberto (1999). *Uma História da Leitura*. Lisboa: Editorial Presença.

SCHIFFRIN, André (2013). *O Negócio dos Livros – Como os grandes grupos económicos decidem o que lemos*. Lisboa: Letra Livre.

THOMPSON, John B. (2012). *Merchants of Culture – The Publishing Business in the Twenty-First Century*. Cambridge: Polity Press.

VALE, Francisco (2009). *Autores, Editores e Leitores*. Lisboa: Relógio d'Água.

Sites consultados¹

<https://www.actualitte.com/>

<http://blogtailors.com/>

¹ Entre 31 de Outubro de 2016 e 13 de Fevereiro de 2017.

<http://bookoffice.booktailors.com/>

<https://expresso.sapo.pt/cultura>

<http://lithub.com/>

<https://observador.pt/seccao/cultura/literatura/livros/>

<https://publico.pt/culturaipsilon/livros>

<https://publishersweekly.com/>

<https://publishingperspectives.com/>

<https://publishnews.com.br/>

<https://thebookseller.com/news>

<https://theguardian.com/books/publishing>

Anexos

Anexo 1 – Ficha de Produto de *O Luto de Elias Gro* de João Tordo

O luto de Elias Gro (2015)

Ano: 2015 (1.ª ed.)

Editor Original: Companhia das Letras

N.º Páginas: 328

Género: Ficção literária

Localiz: Ilha no norte da Europa

Argumentos de venda da obra

Características do livro:

- Primeiro livro da trilogia, que ainda não está concluída, sendo o segundo *O Paraíso* e o terceiro *Lars D*;
- A religião e a literatura enquanto mecanismo de redenção é um dos grandes temas desta obra;
- Esta trilogia é afirmação de João Tordo como um dos melhores romancistas portugueses sub-40.

Sinopse

Um homem descobre uma ilha numa revista e decide mudar-se para lá, de forma a poder isolar-se do mundo e finalmente conseguir viver com a morte de uma filha e com a separação da mulher que tanto amou. O alcoolismo vai persegui-lo ao longo da sua estadia, mas isso não o impede de criar laços com alguns dos habitantes da ilha, nomeadamente a jovem Cecilia e o seu pai, Elias Gro, que acaba por morrer devido a uma doença respiratória. Ao longo da sua estadia, o homem vai lidar de perto com a religião e vai descobrir quem foi Lars Drosler, um escritor dinamarquês, que marcou aquela ilha.

Enredo

A narrativa começa com Elias Gro às portas da morte, estando o narrador ao seu lado [15].

Ficamos a saber que a ação decorre numa ilha. O narrador descobriu-a numa revista e mudou-se para lá, acabando por viver num farol [16]. Heinrich é a pessoa que lhe aluga o farol, que se encontra a 3 km da povoação. Sabemos também que, na ilha, se fala francês e inglês.

O narrador fica a saber também que havia uma casa, construída entre 1886 e 1888, que foi engolida pelas águas, ficando conhecida por Casa das Águas [19]. Nessa casa vivia o escritor dinamarquês Lars Drosler, que acabou por se suicidar, enforcando-se numa das vigas da sua casa.

Percebemos, aos poucos, que o narrador se encontra na ilha para encontrar paz de espírito, uma vez que perdeu uma filha e, depois desse acontecimento, a sua mulher, A., deixou-o. O narrador tem 40 anos e refugia-se no álcool, tendo particular preferência por whisky.

No segundo dia na ilha, é-lhe alugada uma bicicleta com a qual atropela Cecilia, uma miúda com 10 anos, partindo-lhe o braço direito [29]. Entretanto surge Alma, mulher de Constantin Pedersen (embora estejam separados há muito tempo), para ajudar.

O narrador fala-nos um pouco de A., de pele muito clara e de cabelo preto, olhos verdes e castanhos. É pintora, tem ataques de pânico e quase nunca sai de casa, pagando a miúdos para que lhe levem coisas a casa. O narrador conheceu-a num dia em que se dirigiu à Vila B., quando foi ter com amigos.

Aos poucos, o narrador vai conhecendo mais a ilha e os seus habitantes, nomeadamente que o anterior morador do farol fora Xavier, que acabara por morrer num lar. Elias conta-lhe que ele, Lucas e Merete decidiram investigar o faroleiro. Elaboraram então um plano para entrar no farol; Elias consegue e acaba por conhecer Xavier e perceber que não é má pessoa e tornam-se

amigos. Foi o faroleiro quem lhe falou de Deus e lhe recomendou uma ida ao presbítero anglicano, na península. Só quando a população da ilha aumentou, anos mais tarde, se construiu a igreja que o narrador, entretanto, conheceu.

Conhece o pai de Cecília, Elias Gro, um padre que lhe diz para ir à igreja no dia seguinte. Junto a esta há um cemitério, onde são enterrados os habitantes da ilha. Gro conta-lhe que quer reerguer a Casa das Águas, resgatando-a primeiro do mar [60]. Depois de sair da igreja, o narrador conhece Ibrahim, um homem que arranja coisas, pois na ilha não há de tudo. O narrador fica também a saber que tem de levar Cecília à escola todos os dias. Assim, na manhã seguinte, Cecília aparece à porta do farol para que ele a leve à escola [85]. Têm de apanhar o barco para chegar à península e a viagem dura cerca de 30 minutos. Cecília é uma menina muito curiosa, que questiona tudo o que a rodeia.

Começa a operação de resgatar a casa das águas [106]. Elias revela que se dava bem com o escritor da casa afundada, Lars [110]. Tinha oito anos quando chegou à ilha e dezassete quando ele morreu, um ano antes do seu pai, que morreu no mar. A sua mãe morreu antes do seu pai.

Elias encarrega o narrador de tomar conta da filha. Assim, o narrador dirige-se à casa de Elias. A casa do padre é fria e o seu quarto é o pior, com apenas um colchão, um cobertor e um crucifixo na parede. Entretanto, um fogão é resgatado da casa de Lars e nele encontram um revólver. No baú, também resgatado da casa do escritor, encontram papéis e cadernos, em que a maioria das entradas estão em francês.

Ficamos a saber que Drosler chegou à ilha em 1950, com 27 anos. Era de Odense, mas viveu durante muito tempo em Copenhaga [133]. Drosler dava-se bem com o faroleiro Xavier. Ficamos a saber também que Drosler se sente fortemente atraído por um banqueiro, Ole, apesar de querer estar com Martina, o que o deixa muito frustrado.

Um dia, Drosler encontra em casa um miúdo com o revólver apontado para si; esse miúdo é Elias. Tornam-se amigos e Elias começa a frequentar a casa de Drosler, que vê o quão complicada é a vida do miúdo, que é agredido pelo pai. Contudo, um dia, sem aviso prévio, Drosler decide que já não quer ver Elias e rejeita-o.

Uma manhã, Heinrich vai até ao farol para expulsar o narrador que, durante uma das suas bebedeiras, lhe destruiu a garagem com o tractor de Pedersen [203]. O narrador deixa o farol nesse mesmo dia, pega na bicicleta e dirige-se a uma enseada onde se deixa ficar, sem se alimentar devidamente, deixando que os dias passem, sem se preocupar com o decorrer da vida [206]. Esteve durante mais de uma semana a viver na rua quando reparou que havia fumo, sinal de que alguém morrera, e decide voltar à povoação. Norbért morrera, um homem que já tinha problemas de saúde há vários anos. Quem lhe dá a notícia é Alma, que o alimenta e lhe dá abrigo. Cecília está lá a viver, uma vez que o seu pai anda demasiado ocupado com a reconstrução da casa. O narrador sai e acaba por viver durante uns tempos na mísera cabana que fora de Norbért.

Entretanto, a construção da casa é suspensa. Elias está gravemente doente [254]. O narrador dirige-se à casa de Elias, onde este, muito fraco, decide falar-lhe da sua vida [261]. Viajou muito e conheceu a mãe de Cecília, Merete, numa biblioteca. Os dois tinham perdido o contacto durante uns anos. Eventualmente, ela morreu com cancro dos ossos. Enquanto estava de luto, retiraram-lhe Cecília temporariamente, por não ser capaz de tomar conta dela [275]. Refugiou-se na sua solidão, mas Alma não desistiu dele, até que finalmente ele decide que chegou a hora de reagir e recupera Cecília.

O padre sente que está quase a morrer e pede ao narrador que, depois da sua morte, tome conta de Cecília [283]. Cecília leva o narrador ao presbítero anglicano na península, depois deste tomar um banho para se livrar da imundície, depois de semanas a viver na rua e sem fazer a higiene.

Elias acaba por falecer [311]. Enterram-no no cemitério junto à igreja. O narrador decide que está na altura de sair da ilha [317]. Entretanto, quando estavam todos juntos no bar, a beber em homenagem a Elias, apercebe-se da ausência de Cecília, sai porta fora e dá com ela quase a atirar-se para a fogueira que se fazia sempre que alguém morria. Agarra-a mesmo a tempo e abraça-a, apesar de ela não querer aceitar de imediato o amor que este tem para lhe dar [322-23].