



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA UFSC
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO CCE
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

Fernanda Rafaela Vieira Costa

Bienal em Revista

RELATÓRIO TÉCNICO
do Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à disciplina de Projetos Experimentais
ministrada pela Prof^a Gislene da Silva em 2014.2
Orientadora: Prof^a Daisi Vogel

**Florianópolis
Dezembro de 2014**

		FICHA DO TCC		Trabalho de Conclusão de Curso - JORNALISMO UFSC	
ANO	2014				
ALUNO	Fernanda Rafaela Vieira Costa				
TÍTULO	Bienal em Revista				
ORIENTADOR	Daisi Vogel				
MÍDIA	<input checked="" type="checkbox"/>	Impresso			
	<input type="checkbox"/>	Rádio			
	<input type="checkbox"/>	TV/Vídeo			
	<input type="checkbox"/>	Foto			
	<input type="checkbox"/>	Web site			
	<input type="checkbox"/>	Multimídia			
CATEGORIA	<input type="checkbox"/>	Pesquisa Científica			
	<input type="checkbox"/>	Produto Comunicacional			
	<input type="checkbox"/>	Produto Institucional (assessoria de imprensa)			
	<input checked="" type="checkbox"/>	Produto Jornalístico (inteiro)	Local da apuração:		
	<input type="checkbox"/>	Reportagem livro-reportagem ()	() Florianópolis () Santa Catarina () Região Sul	(x) Brasil () Internacional País: _____	
ÁREAS	Comunicação Institucional e Jornalismo Cultural.				
RESUMO	A Bienal Internacional do Livro de São Paulo é a maior feira literária da América Latina e em 2014 chegou à sua 23ª edição, com cerca de 720 mil visitantes. Este Trabalho de Conclusão de Curso propõe a edição zero de uma revista impressa para ser distribuída durante o evento, com o objetivo de complementar a experiência de visita do público. São pautas da revista: influência da internet na literatura, locais literários para visitar em São Paulo, popularização da literatura distópica, relatos de escritores sobre a profissão, resenhas e entrevistas.				

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial, à minha mãe, Carla, e à minha irmã, Kamille, pelo carinho, compreensão e apoio incondicionais.

À professora Daisi Vogel, pela orientação na condução deste trabalho e incentivo ao longo de todo o semestre.

Ao corpo docente do Curso de Jornalismo da UFSC e ao coordenador do curso, professor Aureo Moraes.

À gerente de comunicação da Câmara Brasileira do Livro, Vera Esaú, por todo o suporte e disposição, que permitiram a realização deste trabalho.

Aos colegas de curso, pelas amizades e trocas de conhecimento.

SUMÁRIO

1. RESUMO	5
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	6
3. JUSTIFICATIVA DA MÍDIA IMPRESSA E DA TEMÁTICA DA REVISTA	8
4. PRODUÇÃO	11
4.1. PRÉ-APURAÇÃO	11
4.2. FONTES	12
4.3. PRODUÇÃO DAS MATÉRIAS.....	13
4.4. FINALIZAÇÃO	17
5. CUSTOS	18
6. AVALIAÇÃO	18
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20

1. RESUMO

A Bienal Internacional do Livro de São Paulo é a maior feira literária da América Latina e em 2014 chegou à sua 23ª edição, com cerca de 720 mil visitantes. Este Trabalho de Conclusão de Curso propõe a edição zero de uma revista impressa para ser distribuída durante o evento, com o objetivo de complementar a experiência de visita do público. São pautas da revista: influência da internet na literatura, locais literários para visitar em São Paulo, popularização da literatura distópica, relatos de escritores sobre a profissão, resenhas e entrevistas.

Palavras-chave: projeto editorial; revista impressa; Bienal do Livro de São Paulo.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

Nunca se discutiu tanto a importância do hábito da leitura. Nos últimos anos, inúmeros estudos foram publicados no mundo inteiro, com o objetivo de comprovar seu papel no desenvolvimento intelectual. Em uma pesquisa realizada em 2012 pelo Instituto Pró-Livro, em que 5 mil pessoas foram entrevistadas em 315 municípios brasileiros, 64% concordaram totalmente com a afirmação “ler bastante pode fazer uma pessoa vencer na vida e melhorar sua situação econômica”. Além disso, quando estimulada desde a infância, a prática facilita a alfabetização, desenvolve a imaginação, fornece cultura e conhecimento e contribui para a formação de adultos mais críticos.

Luzia de Maria (2009) defende:

Se podemos afirmar que é lendo que se aprende a ler e se podemos afirmar que a leitura, consistente e contínua, de bons e variados textos, é capaz de formar o leitor, é capaz de municiá-lo com elementos que favorecem mais e melhor compreensão, penso que é justamente nos vastos domínios da literatura que pode ser encontrada a chave para a formação do brasileiro-leitor que tanto desejamos ver proliferar em nosso país. (MARIA, 2009, p. 8)

Neste cenário, torna-se relevante a função das feiras literárias. Estes eventos são responsáveis, no aspecto social, pelo incentivo à leitura, promoção da educação e acesso ao lazer, através da venda de livros a menores custos, encontro com autores, exposições, atividades lúdicas, oficinas e interações com outros leitores. Em muitos casos também há programação voltada para as áreas de música, teatro, cinema, entre outras linguagens artísticas. Na perspectiva econômica, estimulam o crescimento do mercado editorial na região em que acontecem.

Segundo o Calendário Nacional de Feiras e Eventos Literários de 2013, publicado pela Fundação Biblioteca Nacional, cerca de 280 circuitos, salões, feiras, festivais ou bienais ocorreram durante o ano passado. Dentre elas, se destaca a Bienal do Livro de São Paulo, considerada a maior da América Latina, tendo recebido em sua última edição, em agosto, aproximadamente 720 mil visitantes.

Em 2012, o evento recebeu 750 mil visitantes e de acordo com uma pesquisa feita pelo Instituto DataFolha na ocasião, 94% do público declarou-se satisfeito e 98% manifestaram intenção de participar das próximas edições. A pesquisa ainda aponta que 82% dos frequentadores compraram livros no evento – em média, seis títulos. Foram investidos R\$32 milhões em 1 340 horas de atividades culturais, presença de 1 180 autores, sendo 18 internacionais, e 1 829 lançamentos de livros.

Todos estes dados confirmam a consolidação da “Primeira Feira Popular do Livro”, realizada em 1951, que deu origem, posteriormente, a Bienal do Livro de São Paulo. Segundo informações da organização¹, o evento aconteceu na Praça da República e foi promovido pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), responsável pela organização da Bienal até os dias atuais. O objetivo era introduzir no país a tradição europeia das feiras de livros encontradas na França, Alemanha e Itália. Em 1961 foi lançada, em parceria com o Museu de Arte de São Paulo (MASP), a 1ª Bienal Internacional do Livro e das Artes Gráficas, que se repetiu em 1963 e 65.

A 1ª Bienal Internacional do Livro, financiada exclusivamente pela CBL, foi realizada entre 15 e 30 de agosto de 1970 e reuniu centenas de editoras nacionais e estrangeiras, além de atrair milhares de visitantes. Na segunda edição, em 1972, o número de expositores ultrapassou os 700 e o total de visitantes chegou a 80 mil. Mais de duas décadas mais tarde, em 1996, a Bienal passou a ser realizada no Expo Center Norte, para abrigar mais expositores e proporcionar maior conforto ao público.

Em razão de seu crescimento contínuo, em 2002 a feira foi transferida novamente, desta vez para o Centro de Exposições Imigrantes, até finalmente chegar, em 2006, ao Anhembi, maior centro de exposições da América Latina, onde é realizada atualmente. Desde 2008, a organização tem investido em recursos de interatividade, como o projeto Ler é Minha Praia. Voltado para o público infante-juvenil, promove o conceito de biblioteca “viva”, para que crianças, educadores e bibliotecários tenham acesso a equipamentos multimídia e espaços temáticos.

Em 2010, a empresa Reed Exhibitions Alcantara Machado passou a ser a organizadora oficial em parceria com a CBL. Neste ano, integra também a parceria o Serviço Social do Comércio de São Paulo (SESC-SP), responsável pela programação cultural.

Diante deste contexto de tradição e constante crescimento, este Trabalho de Conclusão de Curso se propõe a reforçar tal reconhecimento através de uma nova proposta de comunicação com o público.

¹ Disponível em: <http://www.bienaldolivrosp.com.br/A-Bienal/Apresentacao/> Acesso: 09/05/2014.

3 JUSTIFICATIVA DA MÍDIA IMPRESSA E DA TEMÁTICA DA REVISTA

Apesar de toda sua proporção e compromisso com o incentivo à leitura, a oferta de material informativo personalizado durante o evento é escassa, principalmente no que diz respeito a textos impressos e mais aprofundados. Grande parte do foco da comunicação é dado à publicidade², através de inserções em rádio, televisão, revista e jornal, anúncios em ônibus, *outdoors*, e painéis, e na internet, através de perfis no *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, website, blog e um aplicativo para download.

Quando a Internet surgiu e começou a se expandir, uma das vantagens que mais se destacavam em relação a ela é que a partir de então todo mundo poderia produzir e veicular informação, tarefa que não ficaria mais restrita ao trabalho dos jornalistas. (...) A sugestão pode ser sedutora, mas sempre existirá a necessidade de mediadores que analisem, selecionem, recortem e ofereçam informações qualificadas ao público. (SCALZO, 2003, p. 50)

Quando se pensa em textos para consumo durante o evento, para complementar a experiência do visitante, as opções disponíveis são reduzidas: acesso ao material on-line através de *smartphones* ou *tablets* e um jornal impresso produzido diariamente, com o principal acontecimento do dia anterior. Apesar do imediatismo presente nas plataformas virtuais, não é possível garantir que todo o público terá acesso às informações nos instantes em que estiverem na feira. De acordo com a pesquisa Consumidor Móvel 2013, realizada pela consultoria Nielsen³, apenas 36% dos brasileiros tem um *smartphone*. Já os dados da pesquisa Um Novo Cenário para o Consumo de Mídia⁴, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) também em 2013, mostra que a parcela de brasileiros que possui *tablet* é de 4%. Além disso, o consumo dessas informações também depende de outros fatores, como o acesso à internet.

A revista impressa é um dos meios mais tradicionais para se dirigir a um público específico. Seu formato permite apresentar maior profundidade nos conteúdos, garante “uma qualidade de leitura – do texto e da imagem – invejável” (SCALZO, 2003, p. 39) e fácil distribuição. A jornalista Denise dos Santos, destaca que:

² Dados do Relatório Final da 22^a edição da Bienal do Livro de São Paulo, divulgado pela Câmara Brasileira do Livro.

³ <http://www.nielsen.com/>

⁴ Disponível em <http://olhardigital.uol.com.br/pro/noticia/38923/38923> Acesso: 12/05/2014.

As revistas institucionais, por serem dirigidas a um público específico e sem a finalidade de venda de exemplares, adotaram um perfil de revistas personalizadas. Os textos seguem os interesses da instituição que a edita, acompanhando, problematizando e informando as “tendências” que envolvem o processo a que se referem – e, nesse sentido, instituindo tendências e construindo o próprio processo de trabalho de seus atores-leitores – podendo, então, serem caracterizadas como um gênero particular de revistas: as revistas institucionais. (SANTOS, 2013, p. 38)

Este tipo de revista tem o poder de fortalecer a marca de quem a produz e de formar um canal de comunicação direto com seu público, se distanciando da “factualidade excessiva, da superficialidade do dia a dia” (SCALZO, 2003, p. 42). Elas permitem liberdade de escolha de pautas e formas de abordar e aprofundar conteúdos, que conquistam a atenção do leitor, com o objetivo de valorizar as atividades de quem publica. Neste caso em especial, existe a facilidade de seu público-alvo já demonstrar grande interesse por leitura.

Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. (VILAS BOAS, 1996, p. 9)

A vantagem para os visitantes da distribuição de uma publicação impressa é a complementação da experiência de visitar a feira, a partir do acesso a conteúdos relacionados ao que se encontra no evento. Conforme Santos, (2000), a mídia é uma instância social responsável por disseminar novos conhecimentos, estabelecer relações, realizar análises e educar. No caso das revistas institucionais, ou personalizadas, não é diferente.

Por isso, este trabalho se propõe a complementar as ações de comunicação já realizadas para o evento, aproveitando uma característica própria do público – o apreço pela leitura e literatura – em seu próprio benefício, através de uma publicação personalizada.

O conteúdo da revista está diretamente relacionado à programação do evento – em especial aos espaços Arena Cultural e Salão de Ideias, destinados a encontros com autores – mas sua proposta é ir além de um simples guia ou repetir o intuito do jornal diário, voltado aos últimos acontecimentos da feira. As pautas não são factuais; pelo contrário, o objetivo é que a publicação torne-se um documento literário atemporal, que

deverá servir como complemento da visita ao evento, mas que também poderá ser lido ou consultado à qualquer época.

O estilo magazine, por sua vez, também guarda suas especificidades, na medida em que pratica um jornalismo de maior profundidade. Mais interpretativo e documental do que o jornal, o rádio e a TV; e não tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem. (VILAS BOAS, 1996, p. 9)

Apesar da Bienal do Livro ter acontecido entre os dias 22 e 31 de agosto de 2014, antes da conclusão do trabalho, todo o conteúdo teve uma abordagem anterior ao evento. Isso porque a revista é tratada como uma edição número zero, um teste de um projeto editorial que poderia ser distribuído para o público caso a feira sucedesse o trabalho. Por essa razão e pelo fato de o relatório de 2014 ter sido divulgado após a definição do projeto editorial, os dados utilizados neste trabalho são, em maior parte, referentes à edição de 2012. O relatório deste ano ainda norteou algumas escolhas enquanto o projeto já estava em andamento.

Apesar de a feira ser destinada a pessoas de quaisquer idades, possui um perfil de visitante predominante: na edição de 2012, a média de idade foi de 32 anos, 71% do total de visitantes possuía nível universitário, 63% pertencia à classe B e 94% eram residentes do Estado de São Paulo⁵. Essas informações guiaram as principais escolhas do projeto editorial.

(...) revistas, ao contrário de jornais, não tem o compromisso de cobrir todos os assuntos de sua área de abrangência: devem selecioná-los, sob pena de ter fantástico excesso de produção – e perda de investimento. A obrigação de selecionar ressalta a importância do planejamento da edição. Além disso, matérias de revista são feitas a partir de enfoques editoriais específicos, que precisam ser considerados previamente. (LAGE, 2001, p. 29)

A partir de minha visita ao primeiro fim de semana da Bienal, pude perceber a forte presença de jovens em idade escolar e de educadores. Essa percepção aliada à divulgação da informação de que a edição de 2014 havia recebido 120 mil alunos cadastrados na visitação escolar, acompanhados de professores, fizeram-me incluir alunos e professores no projeto da revista, já em andamento, como um público secundário.

Por fim, outro perfil de leitor que não faz parte do foco principal, mas também se pretende atingir, são aquelas pessoas que ainda não tem o hábito da leitura, e que talvez

⁵ Disponível em: <https://www.bienaldolivros.com.br/A-Bienal/Perfil--Setores/> Acesso: 29/05/2014.

sequer tenham visitado a Bienal do Livro, mas que estejam começando a criar algum interesse por livros e podem ter acesso à revista quando seus exemplares forem levados para fora da Bienal. Segundo Rafael Sampaio (1997), dificilmente uma revista é lida por apenas uma pessoa. Por isso, a audiência das revistas é sempre superior à sua circulação.

4 PRODUÇÃO

4.1 PRÉ-APURAÇÃO

O primeiro passo para a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso aconteceu em outubro de 2013, quando entrei em contato pela primeira vez com a Câmara Brasileira do Livro (CBL). Depois de vários contatos, em abril de 2014 cheguei à gerente de comunicação da CBL, Vera Esaú, que até a finalização deste trabalho me deu todo suporte necessário, como credenciamento de imprensa para o evento, contatos de fontes e dados referentes à realização da Bienal.

Ainda no início do ano, os nomes dos autores participantes começaram a ser divulgados pela organização do evento. Conforme eram anunciados, as pautas começavam a ser organizadas, processo que foi finalizado apenas em agosto, às vésperas da Bienal, quando a programação completa foi divulgada. Tão logo as pautas eram definidas, dava-se início à pré-apuração. Esta fase consistia em uma pesquisa detalhada sobre o assunto, e quando necessário, o contato de pelo menos uma fonte especializada, e serviu para mostrar quais pautas possuíam força para serem transformadas em matérias relevantes e quais precisariam ser substituídas.

Este processo foi essencial para contornar eventuais dificuldades. A ideia inicial da matéria *24 horas de literatura em SP*, por exemplo, era realizar o passeio organizado pelo Instituto Mobilidade Verde, que possui um roteiro literário pela cidade. Na semana em que seria realizado, meu encontro com o presidente da organização foi cancelado. Com as passagens já compradas e com o roteiro em mãos, resultado da pré-apuração, pude organizar um novo percurso e visitar os locais por conta própria. Em conjunto com entrevistas com funcionários dos lugares apresentados, a matéria pôde ser realizada da mesma forma.

4.2 FONTES

No que diz respeito às fontes, Nilson Lage (2001) classifica-as em cerca de sete tipos, de acordo com sua natureza: oficiais, oficiosas, independentes, primárias, secundárias, testemunhas e experts. Na revista proposta, foram utilizadas fontes oficiais, representadas pelos fundadores das empresas citadas na matéria *A nova era da literatura*; oficiosas, a exemplo dos funcionários dos locais para visita em São Paulo; e independentes, perfil predominante das fontes, como autores, que também se enquadram como fontes primárias, e especialistas, estes últimos também considerados experts e secundárias.

O contato e as entrevistas com estas últimas fontes, os especialistas, foram todos bem-sucedidos. Eles foram selecionados a partir da pesquisa na pré-apuração por serem referências em suas áreas de pesquisa. O primeiro contato foi feito via e-mail. Em alguns casos, foi necessário um segundo contato via telefone. Mas todos se mostraram disponíveis e colaboraram da melhor forma com o projeto. Como a maioria deles reside em outro estado, muitas entrevistas foram feitas por e-mail e/ou telefone.

Já o contato com as fontes primárias, autores e editores, foi muito difícil. Dos cerca de 15 autores que gostaria de entrevistar, apenas obtive contato direto com quatro – conversei pessoalmente com Hugh Howey, da matéria *Futuro Incerto*, durante a Bienal do Livro; por telefone com João Correia Filho, da matéria *24 horas de literatura em SP*; e por e-mail com Cristovão Tezza e Mauricio de Sousa. O último autor foi o mais difícil, foram cerca de dois meses de telefonemas semanais. Mas a insistência valeu a pena pela qualidade da entrevista. Por esta razão e pela importância do cartunista na cultura e letramento brasileiros, durante a execução do projeto, optei por dar menos fôlego à matéria *A nova era da literatura*, primeira opção de reportagem de capa, e dar o destaque da edição para Mauricio de Sousa.

De outras quatro autoras, pude coletar insumos a partir de suas participações em discussões com o público durante a Bienal do Livro. Foram elas: Cassandra Clare, Bruna Vieira, Paula Pimenta e Kiera Cass. Como as conversas possuíam temas específicos, destinados aos leitores e diferentes das propostas das matérias, nem todo o material pôde ser utilizado. Não foi possível entrar em contato com estas autoras porque a Bienal não promove coletivas de imprensa, suas agendas de entrevista para o evento estavam lotadas e suas assessorias ou não deram retorno, ou não permitiram entrevistas.

Ainda pude contar com a ajuda da assessora de imprensa da CBL, que também entrou em contato com essas editoras, mas novamente, sem o retorno esperado.

A assessoria de outros autores, ou de suas respectivas editoras, também foi contatada por diversas vezes para o agendamento de entrevistas. Entre eles, Patrícia Melo, Noemi Jaffe, Paloma Vidal, Sérgio Sant’Anna, Luciana Hidalgo e Eva Furnari, todos sem sucesso. Eva Furnari ainda aparece na edição – seu texto foi redigido a partir de informações de um web-documentário disponibilizado por sua editora. Ainda que não seja a melhor prática jornalística, foi a solução encontrada depois das recusas por parte das editoras e em função da escassez de tempo.

As editoras, por meio de assessores de imprensa e editores, também se mostraram pouco disponíveis em fornecer dados sobre suas atividades. Gostaria de ter utilizado mais informações sobre os processos internos das editoras, principalmente nas matérias *O caminho até o primeiro livro*, com dados de várias empresas, de diferentes portes, sobre a seleção de originais, e *A nova era da literatura*, demonstrando elas estão trabalhando com os livros digitais. Sem essas entrevistas e com o prazo de conclusão do projeto próximo, optei por dar diferentes soluções e enfoques para as duas matérias.

De acordo com Gans, “é provável que as fontes que cooperam com os jornalistas e os tratam cordialmente sejam mais utilizadas que outras”. (GANS, apud TRAQUINA, 2005, p. 193). Além desse fator, acredito que há também a diferença na qualidade de informação ao se entrevistar alguém por e-mail e pessoalmente. Ainda que por e-mail haja uma preparação prévia e que se invista nas perguntas a serem enviadas, não existe a possibilidade que a conversa presencial oferece de fazer as perguntas de acordo com as respostas já apresentadas. Por isso, as entrevistas com os autores João Correia Filho, feita por telefone, e Hugh Howey, pessoalmente, foram valorizadas, por conterem maior riqueza de informações.

4.3 PRODUÇÃO DAS MATÉRIAS

Quando a entrevista era realizada por telefone, pessoalmente ou apenas a conversa de autores com o público durante a Bienal, além de fazer minhas anotações, optei por gravá-las todas, com o auxílio do celular. Assim, sempre que necessário, pude recorrer ao arquivo de áudio durante a redação dos textos. Essas entrevistas foram todas transcritas, processo longo que atrasou um pouco a escrita dos textos, mas muito

importante para identificar conteúdos relevantes e falas que tornariam-se aspas nas reportagens.

Com o material bruto de cada entrevista, dava início à redação das matérias. Depois de prontas, enviava a primeira versão para a orientadora fazer a leitura prévia. Ela fazia questão de imprimir cada reportagem e fazer seus apontamentos, que eram explicados em nossos encontros presenciais, ou através de conversas por e-mail. Depois disso, fazia as correções e alterações necessárias para a aprovação final. No geral, os textos tiveram duas, no máximo três, versões.

A matéria que mais sofreu alterações foi *O caminho até o primeiro livro*. As entrevistas com os autores foram as primeiras a ficarem prontas, mas não havia informações suficientes para o texto de apresentação, em função da dificuldade de contato com os editores. Para garantir que a matéria estaria pronta dentro do prazo, escrevi uma primeira versão, utilizando dados de uma pesquisa, mas que resultou em um texto jornalisticamente fraco. À medida que conseguia contato com as fontes, ia alterando a matéria, até o ponto em que ela foi totalmente reescrita.

A publicação é composta por um editorial, uma entrevista, uma resenha e quatro reportagens. No total, são 24 páginas, divididas em seis seções fixas. Em relação ao estilo do texto, procurei adotar uma linguagem simples, objetiva, que além de atingir seu público-alvo principal, também pudesse ser de fácil entendimento para qualquer pessoa que se interessasse pelo assunto. Apesar de sempre que possível ressaltar a programação do evento, tentei equilibrar o tom de todos os textos entre o jornalismo cultural e o institucional. Como padrão para redação, segui as regras do *Manual de Redação e Estilo da Folha de S. Paulo*.

A primeira matéria da revista, *24 horas de literatura em São Paulo*, também foi a primeira a ser produzida. Com o grande volume de informações apuradas na própria cidade, a principal dificuldade foi manter o texto enxuto. Apesar de guias geralmente ocuparem um maior número de páginas, também dão grande destaque às fotos. Para isso, a primeira versão do texto, que contava com cerca de 18 mil caracteres, precisou ser editada para que chegasse aos cerca de 12 mil que foram publicados. Com menos texto, as páginas ficaram mais “limpas” e visualmente mais atrativas. Ainda assim, essa é a matéria que possui o maior número de páginas. A maior parte das fotos foram tiradas por mim, ou cedidas pelo fotojornalista João Correia Filho, o entrevistado da matéria. As outras, foram cedidas por seus autores através de licenciamentos para uso não-comercial.

Esta matéria faz parte da seção fixa *Destino Literário*, criada com o intuito de apresentar pontos literários de diferentes cidades. A primeira edição da revista propõe dicas de passeios por São Paulo por ser a sede do evento. No entanto, caso a revista fosse realmente publicada a cada Bienal, sugere-se que outras cidades sejam exploradas, até mesmo de outros países. A intenção é que além de servir como guia para quem visita os lugares, com o mapa e os *boxes* de serviço, também apresente locais já famosos sob uma diferente perspectiva. O objetivo é informar e entreter, através das curiosidades de cada atração e com a entrevista de algum autor relacionado à cidade, e educar, com a inserção de informações históricas.

A segunda matéria, *Futuro Incerto*, surgiu da recente popularização de livros distópicos, comuns no início do século XX e que voltaram a fazer sucesso em versões direcionadas para o público jovem. O assunto virou matéria por causa de sua popularidade e porque dois dos principais autores do gênero participaram da Bienal. Além da apresentação desse tipo de literatura, seu histórico e a entrevista, voltado para o público-alvo principal da revista, a abordagem do ponto de vista educacional do tema foi escolhido com base em uma das propostas secundárias do projeto editorial, voltada para educadores. Optei por dar destaque à entrevista pela qualidade de suas informações e pela relevância do autor no contexto.

Futuro Incerto e *A nova era da literatura* fazem parte de uma mesma seção fixa, intitulada *Na Bienal*. Esses espaços são reservados para temas atuais, que gerem discussões e que estejam presentes no evento. O objetivo é apresentar os assuntos e ouvir a opinião de especialistas, ao mesmo tempo em que promove a programação da feira e fala um pouco mais sobre seus convidados.

Falar sobre a relação entre literatura e internet em *A nova era da literatura* tornou-se relevante, pois a edição de 2014 da Bienal foi a primeira a ser realizada desde a chegada de duas empresas mundiais do comércio de livros digitais, que marcou o início de sua popularização no país, e por ter entre os destaques de sua programação autoras muito populares que começaram suas carreiras através da internet. Nesse sentido, uma parte da matéria dedicou-se a dar um panorama da situação atual, apresentar as perspectivas para o futuro e outra, a falar sobre as autoras e como estão relacionadas à esta nova era da literatura. Pretendia-se ainda falar sobre como as editoras tradicionais estão se adaptando às mudanças, ideia que não em prosseguiu pela dificuldade em contatar as fontes envolvidas.

Como destaque da revista, está a ping-pong com o cartunista e empresário Mauricio de Sousa. Mesmo que a escolha seja pouco comum, optei por valorizar uma figura tão relevante em nosso cenário literário pela qualidade da entrevista e pelo fato de ter sido exclusiva. Enviado por e-mail, o texto inicial possuía cerca de 12 mil caracteres e foi editado até chegar a cerca de 6 mil para a primeira versão da matéria. Depois que escolhi dar o destaque da revista para a entrevista, ela foi editada novamente, até chegar aos cerca de 9 mil que a entrevista possui. Somados aos textos de abertura e do *box*, são cerca de 14 mil caracteres. *Entrevista* é uma editoria fixa que deve conter sempre uma ping-pong com algum destaque do evento.

Ainda que possa ser tratada como institucional, a revista é em primeiro lugar literária, e por isso considere essencial que possuísse uma seção fixa de *Resenha*. O objetivo é que de fato possua uma resenha crítica mais aprofundada, assim como toda a proposta da publicação, e não apenas pequenas sinopses, fáceis de encontrar nos estandes das editoras no evento. A escolha do livro foi feita por ter sua versão em português lançada um mês antes do evento, pela relevância mundial que o autor possui e por ele estar presente durante o evento.

A última reportagem, *O caminho até o primeiro livro*, faz parte da seção fixa *Profissão: escritor*, que tem como objetivo abordar as peculiaridades da rotina de autores presentes na Bienal. Nesta primeira proposta, mostrou o caminho até serem publicados por uma grande casa editorial. Sugestões para próximas edições são inspirações, bloqueios criativos, a continuação de livros em série e todas as curiosidades que envolvem o trabalho de quem vive de livros. Os autores foram selecionados por sua relevância e popularidade, pela disponibilidade em concederem entrevista e por se dirigirem a três públicos distintos – infantil, juvenil e adulto, e portanto, oferecerem pontos de vista e dicas diferentes.

Essa seção foi inserida na revista após a observação durante a feira da grande parte do público que participa das conversas com os autores para saberem sobre esses assuntos, seja por curiosidade, por admiração ou, em muitos casos, por desejarem tornarem-se escritores. Na edição, optei por dar menos destaque a essa matéria por considerar a mais fraca de conteúdo. Como já mencionado, no texto de abertura, havia a intenção de utilizar relatos de editores sobre a seleção de originais, e o relato da última autora, de fato, não foi obtido através de entrevista.

4.4 FINALIZAÇÃO

A diagramação da revista foi terceirizada por meio de uma estudante do último semestre de Design da UFSC com experiência na área editorial. Em um primeiro momento, nos reunimos para definirmos, juntas, o projeto gráfico da revista. Assim, pudemos prezar tanto pela qualidade visual, como pela melhor distribuição das informações. A proposta era que atraísse o leitor com um visual esteticamente agradável e organizado

Procuramos prezar pelo uso de imagens e de soluções como *boxes*, para destacar algo em especial, e olhos, para chamar a atenção do leitor e dar ênfase a algum aspecto do texto na seção entrevista, tudo sempre padronizado. Utilizamos também um recurso visual para dar destaque para o dia, horário e local que o autor estaria presente no evento, sempre partindo do princípio que se trata de uma edição zero.

A unidade é um conceito muito importante no design. Para que todos os elementos da página tenham uma estética unificada, conectada e interrelacionada, é preciso que haja “amarras” visuais entre os elementos separados. Mesmo que eles não estejam próximos fisicamente na página, podem parecer conectados, relacionados, unificados a outras informações simplesmente devido ao seu posicionamento. (WILLIAMS, 1995, p.42)

Uma vez definido o projeto gráfico, a diagramação foi realizada à medida que as matérias eram concluídas. A designer me enviava as páginas para aprovação e fazíamos as alterações necessárias juntas. Ainda nesse momento, repassava a ela elementos como títulos, linhas finas e legendas e a edição da revista foi feita, em maior parte, dessa forma.

As três semanas anteriores à banca foram utilizadas para a revisão do trabalho, últimos ajustes e finalização do relatório. Um teste da primeira versão da revista foi impresso e conferido por mim e pela orientadora. Algumas mudanças de edição e diagramação foram feitas e com uma semana de antecedência, a revista foi impressa com a presença da responsável pela diagramação, para o caso de algum erro no arquivo ou da gráfica.

5 CUSTOS

Descrição	Valor
Viagem para São Paulo	R\$ 580,00
Designer para projeto gráfico e diagramação	R\$ 350,00
Impressão das revistas para banca	R\$ 227,20
Impressão dos relatórios para banca	R\$ 29,85
Impressão da revista e do relatório para hemeroteca	R\$ 66,75
Total	R\$ 1.253,80

6 AVALIAÇÃO

Entre as dificuldades encontradas ao longo da execução do trabalho, destaco as já citadas neste relatório, como o contato com autores e editores, e acrescento o descompasso temporal com a Bienal, uma vez que a revista foi concluída após sua realização. Inicialmente, acreditava que esse fator poderia inviabilizar a proposta, mas ao longo do semestre, tentei trabalhar da melhor maneira para contornar a questão e manter o foco de que o produto editorial entregue é um protótipo, a edição zero de uma ideia para ser desenvolvida e levada adiante.

Ainda nesse aspecto, é importante ressaltar que caso a revista passasse a ser publicada, teria alguns ajustes. Por exemplo, possuiria maior número de páginas e a cada edição teria que se adequar ao evento. Seu conteúdo precisaria se recomodar dentro das seções explicadas anteriormente para atender a oferta daquele ano. Outro ponto são as resenhas – por se tratar essencialmente de uma revista literária, esta seção contaria com críticas de mais livros. Neste projeto, apenas uma amostra é apresentada.

Entre os ajustes necessários, talvez o mais importante seja a densidade das matérias. Este piloto se aprofunda em temáticas relevantes, mas para sua publicação, elevaria ainda mais o nível do conteúdo. Além de reportagens mais generalistas, mesclaria matérias de literatura especializada, sempre com o objetivo de atender ao

público da Bienal e cumprir sua função de ser uma revista educativa, além de informar, entreter e fortalecer uma marca.

Caso o projeto siga adiante, também se faz necessária uma equipe com dois repórteres, um editor, um designer gráfico e um fotógrafo. A proposta é que seja integralmente financiada pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), ou tenha seus custos diluídos através da venda de anúncios para o mercado editorial, para que seja distribuída gratuitamente.

Em uma avaliação pessoal, como aprendizado, levo o gerenciamento de todos os processos de uma produção jornalística que a revista me oportunizou. Planejei pautas, fiz pesquisas, apurei informações, fiz entrevistas, escrevi reportagens e outros gêneros jornalísticos, fotografei, editei e supervisionei um projeto gráfico. Coloquei em prática e aprimorei cada aspecto aprendido ao longo da graduação.

Além disso, tive o prazer de passar um semestre imersa em um assunto de que gosto, pude confirmar meu interesse pela criação de produtos editoriais e sinto-me mais preparada para entrar no mercado de trabalho. Reforço meu desejo de que esse projeto seja levado adiante e, assim, possa contribuir para a popularização da literatura.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

3ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil. Disponível em: <http://www.prolivro.org.br/>. Acesso em: 09/05/2014.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e literatura e convergência.** São Paulo: Ática, 2007.

LAGE, Nilson. **A Reportagem – teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** São Paulo: Record, 2001.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica do texto jornalístico.** São Paulo: Campus, 2005.

MANDELL, Judy. **Magazine editors talk to writers.** Estados Unidos: Wiley, 1996.

MARIA, Luzia de. **O clube do livro: ser leitor – que diferença faz?** São Paulo: Globo, 2009.

NEVES, Roberto de Castro. **Imagem empresarial.** Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas de sucesso.** Rio de Janeiro: Campos, ABR, 1997.

SANTOS, Denise dos. **Revistas institucionais, uma pedagogia.** *Revista Educação por Escrito*, Porto Alegre, v. 4, 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2003 (Coleção Comunicação).

VILAS BOAS, Sergio. **O Estilo Magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus, 1996 (Coleção Novas Buscas em Comunicação, 52).

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual.** São Paulo: Callis, 1995.

