

## **Produção Editorial e Ocupação Cultural em Espaços Públicos: a Leitura como Forma de Integração com a Sociedade<sup>1</sup>**

Emiliano Kelm Duet Chagas<sup>2</sup>

Índira Tatsch Maronez<sup>3</sup>

Inari Jardani Fraton<sup>4</sup>

Lóren Kellen Carvalho Jorge<sup>5</sup>

Maura da Costa e Silva<sup>6</sup>

Prof<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marília de Araujo Barcellos<sup>7</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **Resumo**

O presente artigo relata as atividades desenvolvidas pelos alunos de Comunicação Social – Produção Editorial, propostas no projeto Produção Editorial em Ação: do Autor ao Leitor, da Academia à Sociedade, que tem como escopo estimular a interação dos acadêmicos com os múltiplos agentes da cadeia do livro. Visando promover o papel de editor e difundir o hábito da leitura, os alunos inseriram-se na Feira do Livro de Santa Maria no ano de 2014, atuando junto ao público e profissionais do setor. Foram elaboradas ações demarcadas por seu caráter casual, cujo objetivo foi o de mostrar que a leitura pode ser expressa por meio de ações com tatuagens e saraus, valorizando o senso estético e a voz dos leitores. Mostrou-se, também, que a leitura pode ser realizada em lugares de zelo social e em "não lugares", tendo resultado em uma aproximação peculiar com a sociedade.

**Palavras-chave:** extensão; comunicação; produção editorial; leitura.

### **Abstract**

This article reports the activities developed by the Social Communication – Editorial Production students, proposed in the Editorial Production in Action: from Author to Reader, from College to Society project, which has as scope stimulate the interaction between the students and the many steps of the book chain. Aiming to promote the editor's task and to disseminate the reading habit, the students were inserted in the 2014 Santa Maria's Book Fair, acting with the public and professionals of the sector. Actions determined by their casual feature were elaborated, which meant to show that the reading can be expressed through actions like tattooing and soirees, valuing the reader's aesthetic senses and voices. It was shown, too, that reading can be performed in social care places and "non-places", having the result of a peculiar approach with the society.

**Keywords:** extension; communication; editorial production; reading.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Produção transdisciplinar, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno do 3º semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e coautor do trabalho.

<sup>3</sup> Aluna do 7º semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e coautora do trabalho.

<sup>4</sup> Aluna do 7º semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e apresentadora do trabalho.

<sup>5</sup> Aluna do 5º semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e coautora do trabalho.

<sup>6</sup> Aluna do 5º semestre do curso de Comunicação Social - Produção Editorial e coautora do trabalho.

<sup>7</sup> Professora do Departamento de Ciências da Comunicação, coordenadora do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria e orientadora do trabalho.

## Introdução

O produtor editorial marca presença em toda a cadeia do livro, desde a concepção e busca por originais, passando pelo tratamento gráfico, impressão e venda do produto. No entanto, sua atuação é pouco difundida publicamente, gerando imprecisão e obscuridade quanto ao seu papel. Em vias de popularizar essa área do saber, é preciso mostrá-la à sociedade, sendo perceptível, portanto, a necessidade dos cursos de graduação promover uma expansão em relação às suas atividades de extensão, para que, assim, possa haver crescimento do ensino e sua complementação empírica.

Conforme Gustavo Sorá (1997), as feiras são um espaço de troca de agentes no campo editorial: “editores, distribuidores, livreiros, críticos, agentes literários ou bibliotecários tornam-se visíveis, públicos, ao se submeterem às lógicas de exibição próprias das feiras-exposições”. Com isso, desde 2012 a Feira do Livro de Santa Maria conta com a participação dos alunos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial<sup>8</sup>, nela reconhecendo um ambiente propício para expansão e interiorização de saberes, dada através de projetos que primam pelo diálogo e interação com esta vasta gama de agentes do livro.

O projeto Produção Editorial em Ação: do Autor ao Leitor, da Academia à Sociedade<sup>9</sup>, portanto, é uma iniciativa que visa a inserção dos acadêmicos de Produção Editorial em eventos e instituições de cidades do Rio Grande do Sul, buscando a aproximação dos futuros editores com a comunidade. Neste ano, com o intuito de promover a clareza quanto ao seu papel e a importância do livro, seu objeto de trabalho, o projeto abrangeu atividades de ensino e extensão voltadas para o incentivo à leitura.

Para o evento, foram definidas quatro ações sociais por meio de uma análise metodológica, de modo a abarcar públicos diversificados de maneiras específicas. As ações ocorreram em quatro dias diferentes de acordo com o cronograma planejado, e serão descritas no decorrer deste artigo, incluindo as motivações, referencial teórico, a divulgação e o público-alvo. Quanto aos meios de avaliação e aferimento dos resultados, recorreremos ao número de autorizações de imagem, ou seja, a quantidade de pessoas atendidas e participantes nessas ações. Além disso, as imagens resultantes dessas ações também foram utilizadas como termômetro da satisfação de todos os envolvidos.

---

<sup>8</sup> Ao longo do artigo o curso será denominado somente por Produção Editorial

<sup>9</sup> Doravante denominado como Produção Editorial em Ação.

## **1 O projeto**

### **1.1 Antecedentes**

Em 2012, os alunos inseriram-se na Feira atuando em uma exposição referente à linha do tempo da comunicação, proposta surgida na disciplina de História da Comunicação, ministrada pela professora Marília de Araujo Barcellos. Em 2013, a continuidade do projeto deu-se através da exposição “Reminiscências, Memórias e Histórias” planejada e executada pelos acadêmicos durante o evento. O projeto Produção Editorial em Ação, portanto, é a continuação destas atividades voltadas para o exterior da universidade, cujo início deu-se na Feira do Livro de Santa Maria, contando com o financiamento do PROEXT<sup>10</sup> 2014.

Neste ano, ações distintas marcam o projeto do Curso de Produção Editorial, que conta com apoio de acadêmicos dos demais cursos do Departamento de Ciências da Comunicação, em especial dos graduandos envolvidos com atividades de extensão, bem como dos integrantes da Editora Experimental do Curso de Produção Editorial pE.com/UFSM e voluntários. Além disso, as ações foram elaboradas com o apoio da AGERP (Agência Experimental de Relações Públicas) e da Agência Experimental dos alunos do 7º semestre em Publicidade, havendo, desde o início, um trabalho interdisciplinar.

### **1.2 Panorama das ações**

Dentre os múltiplos agentes constituintes da cadeia do livro, neste ano buscou-se contatar o seu eixo central, a base, início e fim de todo empreendimento editorial: o leitor. Para tanto, objetivou-se apresentar a leitura expressa de forma atrativa e diferenciada, valendo-se, entre outras questões, da importância do papel da voz e da provocação do senso estético dos leitores para uma recepção efetiva. Com este fim, o planejamento das ações deu-se em reuniões nas quais foram definidos os locais e horários em que ocorreriam, os públicos que seriam atingidos e quais os materiais necessários para a sua execução.

Em vias de se harmonizar com o tema da Feira “A leitura mistura com você”, as ações primaram pela informalidade buscando uma maior proximidade com o público por

---

<sup>10</sup> Sigla correspondente ao Programa de Extensão Universitária do Governo Federal, que tem por objetivo apoiar as instituições públicas de ensino superior no desenvolvimento de projetos de extensão que contribuam para a implementação de políticas públicas.

meio do seu caráter casual. Desta forma, a nomenclatura das ações é sempre acompanhada do prefixo “A leitura combina com...”, seguida do tema central. Em cada uma delas, procurou-se a aproximação com um público diferenciado, cujo acesso foi pensado através de estratégias diversas.

Assim, as quatro ações denominam-se: “Leitura combina com Cotidiano”, que, inspirada pelas teorias de Marc Augé a respeito dos “não lugares” e sua efemeridade, consistiu em incentivar a leitura de obras literárias no transporte público da cidade de Santa Maria; “Leitura combina com Solidariedade”, que levou a leitura a entidades de cunho filantrópico como forma de afeto; “Leitura combina com Tatuagem”, cujo objetivo foi verdadeiramente “misturar” a leitura ao leitor, instigando seu senso estético; e “Leitura combina com Sarau na Janela”, que proporcionou ao público comprovar as teorias de Paul Zumthor ao dar voz as palavras e declamar uma poesia junto a um “trovador” na praça central da cidade.

## **2 As ações**

### **2.1 Leitura combina com Cotidiano**

A ação “Leitura combina com cotidiano” em parceria com empresa de transporte público realizou a inserção da literatura em um ônibus de uma das mais movimentadas linhas que conectam o campus principal da Universidade Federal de Santa Maria ao centro da cidade, a linha “Universidade/Faixa Nova” através da BR 287. Foram preparados suportes para transportar livros e marcadores de página inseridos nos 48 bancos do veículo. A ação ocorreu anteriormente à abertura da Feira, visando a sua divulgação. Além disso, foram instaladas câmeras a fim de documentar o projeto e sua repercussão expressa nas reações dos passageiros. Produziu-se assim um pequeno vídeo documental e inúmeras fotografias, conforme figura 1.



Figura 1. Ação "Leitura com cotidiano". Imagem: Maura da Costa

Buscou-se base conceitual no autor Marc Augé, que define “não lugares” como sendo parte do mundo efêmero, comprometido com o transitório e com a solidão, onde tudo é provisório e passageiro. Estes ambientes, produtos da voracidade industrialista e evolução das máquinas, são um fruto da modernidade; e, segundo o trecho a seguir, os meios de transporte configuram um deles: “Os não lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada de pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais.” (AUGÉ, 1994, p.36).

Fundamentado nestes preceitos, o principal objetivo da ação foi buscar despertar nos passageiros a percepção de que o ônibus, tido como um mero ambiente de passagem, pode converter-se em um lugar propício para reflexões e enriquecimento pessoal se aliado à prática literária. Ou seja, tornar o precioso tempo despendido diariamente neste “não lugar” em momentos de valor. O transporte de fato é apenas um lugar de passagem, mas o conhecimento ali adquirido é levado com os passageiros.

O público-alvo consistiu em usuários do transporte público em geral, em especial estudantes que fazem seu uso diariamente. A surpresa e satisfação dos usuários ficou evidente através da documentação audiovisual captada pelos alunos. O ônibus trafegou com

todos os assentos ocupados, muitas pessoas leram algumas páginas durante o tempo em que se encontraram no ônibus e outras levaram os livros consigo.

## **2.2 Leitura Combina com Solidariedade**

A ação “Leitura combina com solidariedade” aconteceu em dois locais de cunho social: a Instituição Beneficente Lar de Miriam e a Associação Amparo Providência Lar das Vovozinhas. O Lar de Miriam, na figura 2, tem a finalidade de acolher crianças necessitadas, funciona como abrigo e serve de residência para as crianças em situação de risco encaminhadas pelo Poder Judiciário e Conselhos Tutelares. Já o Lar das Vovozinhas é o maior asilo do Estado do Rio Grande do Sul, abrigando atualmente 193 pessoas, entre idosas e mulheres, portadoras de necessidades especiais que encontravam-se em situação de vulnerabilidade social.

As crianças do Lar de Miriam entretiveram-se com as histórias do livro “Lagoa Encantada”, de Auri Sudati, autor santa-mariense, cujos contos tratam de ecologia, tecnologia e minorias, desenvolvido em sala de aula, – produção proveniente da tríade ensino, pesquisa e extensão do Curso de Produção Editorial. Já no Lar das Vovozinhas a ação teve uma receptividade qualitativa, uma vez que o público-alvo se sentiu sensibilizado, concluindo um dos principais objetivos do projeto: levar a leitura para todos os públicos, incentivando o hábito e seu poder de confortar o leitor nas mais diversas situações.

## **2.3 Leitura Combina com Tatuagem**

A iniciativa explorou a fundo a temática da feira “A leitura mistura com você”, utilizando de pinturas no corpo como uma forma de expressão literária, levando frases de livros a serem aplicadas nos adultos e desenhos de personagens clássicos infantis às crianças. No dia 26 de abril, lançamento da Feira os alunos de Produção Editorial montaram um espaço com almofadas coloridas e tapetes para a realização da tatuagem, conforme figura 3, que obteve um grande público e repercussão midiática. Foram recolhidas, em um único dia, durante cinco horas, mais de cinquenta autorizações de responsabilidade de imagem, demonstrando o alto número de participantes da ação.



Figura 3. Grupo de acadêmicos do Curso de Produção Editorial reunidos na pré-produção das atividades. Imagem: Felipe Richardt

A iniciativa foi um sucesso entre adultos e crianças, principalmente com as últimas, uma vez que instigou o público da Feira do Livro de Santa Maria, que se encontrava na Praça Saldanha Marinho a participar ativamente da ação. Percebeu-se que a ação foi particularmente bem sucedida por ter efetivamente se “misturado” ao público da feira, no sentido de que a literatura imiscuiu-se aos seus corpos e provocou-lhes o senso estético. Obteve-se assim uma peculiar aproximação não só da literatura com o público como da Academia com a sociedade; surpreendentemente efetivada com descontração e humor, graças à natureza informal da ação.

#### **2.4 Leitura Combina com Sarau na Janela**

A ação ocorreu na terça-feira, 26 de abril, quarto dia de evento, e colocou o patrono da Feira da edição passada, professor e escritor Pedro Brum na janela do Teatro Treze de Maio a declamar o poema “Chamem o Poeta”, de Dilan Camargo. Este poema é fruto do sarau ocorrido na feira do livro de Porto Alegre em 2013, na qual a ação foi inspirada. Nela Ricardo Silvestrin declamou poesias em conjunto com amigos –incluindo Dilan Camargo– das janelas de sua própria casa para os transeuntes que por ali passavam. Tendo estas bases, importou-se um evento bastante comum no século XIX, tipicamente dado no início da noite, para a praça Saldanha Marinho no centro de Santa Maria.



Figura 4. Pedro Brum declamando poema na janela do Teatro. Imagem: Marília Barcellos

Como que dando suporte para a proposta do projeto em resgatar a prática performática por meio de saraus, Paul Zumthor afirma que é preciso “valorizar o fato de que a *voz* foi, então, um fator constitutivo de toda obra que, por força de nosso uso corrente, foi denominada ‘literária’”. (ZUMTHOR, p.9, 1993)

Em se tratando de saraus e declamação de poesias, as declarações do autor foram fundamentais para o entendimento da gama de fatores que influem no ato de entoar a palavra escrita. Suas considerações a respeito do ato performático, da intervocalidade e da tradição oral constituem as razões que explicam a distinta receptividade por parte do público. Sonoridade, ritmo e elementos visuais convidam o leitor não apenas à leitura, mas também a constituir uma interação corporal com a obra, na medida em que apresenta a palavra encenada num ato recíproco entre o leitor e o texto.

Na performance, diretamente ligada a linguagem poética, ocorre uma ação oral-auditiva pela qual a mensagem poética é, ao mesmo tempo, transmitida e percebida, e em que o locutor assume voz, expressão e presença corporal, enquanto o receptor, que não é passivo, também se inclui, se “mistura”, como presença corporal dentro da performance. Já a intervocalidade expressa a mobilidade do texto no espaço-tempo que o modifica na atualização. O texto permanece o mesmo, porém é atualizado através da voz que faz um caminho no tempo, conferindo-lhe novas intenções, sentidos e abertura para outras interpretações.

Evidencia-se assim a importância do resgate da tradição oral através desta ação, e, dado o espaço cedido ao receptor no ato performático, justifica-se a presença de, em média, 30 pessoas clamando em coro o refrão junto ao “trovador”, bem como dos elogios feitos junto a coordenadora do projeto, por parte tanto dos representantes do teatro e organizadores da feira quanto do público em geral.

### **3 Divulgação**

#### **3.1 Imprensa**

Houve intensa repercussão midiática, tendo sido o principal veiculador o Diário de Santa Maria. Nele foram contabilizadas quatro notícias. Verificou-se diversas matérias sobre as ações no Portal da Universidade Federal de Santa Maria e no site da Feira do Livro, foram contadas neles cinco e duas notícias, respectivamente. Além disso, o Jornal do Almoço da RBS TV gravou uma matéria sobre a ação dos alunos no Lar de Miriam.

#### **3.2 Peças publicitárias**

Foram desenvolvidos marca-páginas, crachás e um *banner* sabendo que sua utilização se daria em diversas ações ao longo do projeto Produção Editorial em Ação. Por isso, as peças deveriam ser genéricas em seu conteúdo e formatadas de forma a serem reutilizadas em futuras campanhas do mesmo projeto, ou seja, não sendo datadas ou temporais. Para tanto, planejou-se que as cores a serem utilizadas seriam vivas, harmonizando-se ao perfil do projeto, o qual possui a inovação e movimentação como suas principais características, exigindo o engajamento dos alunos, além de uma postura proativa. Essa análise resultou nas escolhas das cores rosa, azul, verde, laranja e roxo.

As cores bastante diversificadas também relacionam-se diretamente à natureza do personagem criado, relacionado ao curso de Produção Editorial, o qual se apresenta na forma de um camaleão com traços mais simples, trajado com uma mochila nas costas e pronto para a ação. O camaleão, símbolo do curso, é analógico à versatilidade do profissional editor, que além de se adaptar as diferentes plataformas e propostas está sempre camuflado por trás da produção, adequado ao ambiente, em constante mutação.

A escolha do mesmo se deu pensando na identificação do público em geral com a figura simpática do personagem. Suas características ilustrativas se referem ao empenho em seguir em frente, com a direção voltada para o lado do "caminhar" - a direita sempre representa o progresso. As peças finais, portanto, acabaram utilizando o personagem, as cores e tipografia selecionadas pensando no perfil do projeto. Além disso, foram inseridos em todas as peças os logos institucionais e do órgão de financiamento.

### **Considerações**

O projeto Produção Editorial em Ação: do Autor ao Leitor, da Academia à Sociedade possibilitou aos estudantes, através do trabalho em equipe, divulgar o curso em um evento destinado a literatura, trazendo clareza com relação ao seu papel e permitindo que fosse exercida, na prática, a expansão do curso integrada a outras áreas da comunicação. Adequando-se a temática da Feira que propunha a mistura entre os diversos ingredientes culturais para o propósito da leitura, as ações “Leitura combina com cotidiano”, “Leitura combina com tatuagem”, “Leitura combina com solidariedade” e “Leitura combina com sarau na janela” consolidaram a integração dos acadêmicos a Feira do Livro de Santa Maria.

Além disso, ao mostrar que a leitura pode ser expressa através de tatuagens e saraus, podendo ser realizada em lugares de zelo social e em "não lugares", o projeto alcançou uma aproximação notável com a comunidade. Depreende-se, ao analisar os resultados obtidos, que a receptividade por parte do público ocorreu de forma correspondente ao modo descontraído e coloquial com que foram concebidas as ações, mostrando que, em se tratando do incentivo a leitura, prima a causalidade em detrimento de uma abordagem formal.

O projeto possibilitou a inserção dos acadêmicos em diversas localidades de Santa Maria, e estenderá ao longo do segundo semestre de 2014, as atividades para outras cidades do Rio Grande do Sul, fazendo-se presente em feiras e eventos. Com o objetivo de agir e atuar junto ao leitor, tornando-o o personagem principal do enredo, buscar-se-á incentivar o hábito de ler em todas as idades, valendo-se de ações que incentivem o público a participar e se "misturar" às atividades, no intuito de que aja sua integração ao processo editorial, expandindo também, o número de leitores.

## REFERÊNCIAS

AUGÉ, Marc. **Não-Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. 1ª ed. Campinas: Papirus, 1994.

SORÁ, Gustavo. **Tempo e distâncias na produção editorial de literatura**. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93131997000200005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131997000200005)> Acesso em 10/06/2014.

ZANCHETA, Sonia. **Organização de Feiras de Livros**. Disponível em: <<http://www.camaradolivro.com.br/arquivos/290.pdf>>. Acesso em 06/06/2014.

ZUMTHOR, Paul. **A Letra e a Voz**. Trad. Amalio Pinheiro e Jerusa Pires Ferreira. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.