UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL

BIANCA SILVA GARCIA

BAIRRISTA SEPEENSE: A PRODUÇÃO EDITORIAL DE UM LIVRO IMPRESSO

Santa Maria, RS

2017

BIANCA SILVA GARCIA

BAIRRISTA SEPEENSE: A PRODUÇÃO EDITORIAL DE UM LIVRO IMPRESSO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.**

Orientadora: Prof. Dra. Marília de Araújo Barcellos

Santa Maria, RS

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova o Projeto Experimental

BAIRRISTA SEPEENSE: A PRODUÇÃO EDITORIAL DE UM LIVRO IMPRESSO

Elaborado por

Bianca Silva Garcia

como requisito parcial para obtenção do grau d**e**

Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial

Comissão examinadora

_____

Profª. Drª. Marília de Araujo Barcellos (Orientadora)

_____

Profª. Drª. Liliane Dutra Brignol

_____

Me. Danielle Neugebauer Wille

Santa Maria, RS

2017

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer especialmente a minha família. Meu irmão mais novo Alexandre, que mesmo criança acompanhou minha euforia e momentos de tensão durante este ano de concretização do meu trabalho. Agradecer meu irmão mais velho Bruno, que também é da área de Comunicação Social, e que desde pequenos sempre brincávamos de rádio, televisão, gravamos até áudio em fitas para ouvir no som que tínhamos na época, e pessoa fundamental, pois é o criador do Bairrista Sepeense o qual resultou no livro impresso resultado deste trabalho. E claro, um agradecimento eterno aos meus pais, pessoas mais que especiais que estão sempre ao meu lado e que terão sempre minha maior admiração.

Também quero agradecer muito ao meu namorado André, que esteve comigo durante este processo de realização do trabalho durante todo o ano, dando todo o apoio necessário.

E claro, agradecer a todos os envolvidos, em especial minha professora Orientadora Marília que foi fundamental para a concretização deste trabalho. E agradecer a todos os outros professores, colegas e funcionários da FACOS que fizeram parte desses meus quatro anos dentro do curso de Produção Editorial que só me fez crescer pessoal e profissionalmente.

Bianca Silva Garcia

RESUMO:

BAIRRISTA SEPEENSE: A PRODUÇÃO EDITORIAL DE UM LIVRO IMPRESSO

AUTORA: Bianca Silva Garcia

ORIENTADORA: Profa. Dra. Marília de Araújo Barcellos

Este projeto apresenta a produção de um livro impresso com postagens oriundas do blog Bairrista Sepeense, passando por todos os passos da produção de um livro como editora independente. A metodologia utilizada é de natureza experimental de produto, fundamentada a partir de referencial teórico desenvolvido a partir dos conceitos de autores como Ambrose & Harris (2011). O resultado é o livro intitulado "Bairrista Sepeense - De São Sepé para o mundo" que reúne as postagens mais visualizadas do blog e também postagens inéditas, pensadas especialmente para o já usuário do blog que queira fazer leitura de um conteúdo exclusivo no livro impresso.

Palavras-chave: Blog Bairrista Sepeense. Bairrismo. Livro impresso.

ABSTRACT:

BAIRRISTA SEPEENSE: A PRODUÇÃO EDITORIAL DE UM LIVRO IMPRESSO

AUTHOR: Bianca Silva Garcia

ADVISOR: Profa. Dra. Marília de Araújo Barcellos

This project shows a impress book production with posts from a blog Bairrista Sepeense, passing for all stages of production a book like a independent editor. Methodology used is a product's experimental nature, fundamented on a teoric reference developed in concepts by authors like Ambrose & Harris (2011). Result is a book entitled "Bairrista Sepeense - De São Sepé para o mundo" which a most viewed posts from blog and new posts too, thinking especially to already blog's users which want read a new exclusive content at impress book.

Keywords: Blog. Bairrista Sepeense. Neighborhood. Impress book.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Postagem do blog Bairrista Sepeense.....15

Figura 2 – Interação do leitor do blog através da página do Facebook.....17

Figura 3 – Contracapa, lombada e capa do livro Bairrista Sepeense.....21

Figura 4 – Alinhamento do conteúdo no miolo do livro.....23

Figura 5 – Ficha técnica e ficha catalográfica.....24

Figura 6 – Projeto gráfico do livro para o conteúdo.....25

Figura 7 – Falsa folha de rosto.....25

Figura 8 – Folha de rosto.....26

Figura 9 – Ficha catalográfica, ficha de créditos e sumário.....26

Figura 10 – Sumário.....26

Figura 11 – Abertura de seção.....27

Figura 12 – Exemplo de layout do miolo.....27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....9
1.1 JUSTIFICATIVA.....10
2 METODOLOGIA - ETAPAS DO PROCESSO EDITORIAL.....12
3 BAIRRISTA SEPEENSE: O BLOG.....15
4 PRODUZINDO O LIVRO BAIRRISTA SEPEENSE.....18
4.1 PROJETO EDITORIAL.....19
4.2 PROJETO GRÁFICO.....20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....28
REFERÊNCIAS.....29

1 INTRODUÇÃO

Pensando em um novo produto dentro do mercado editorial, o presente trabalho apresenta a produção e edição de um livro impresso. A partir do conteúdo do blog Bairrista Sepeense, que é da pequena cidade de São Sepé, que possui pouco mais de 25 mil habitantes, foi selecionado o conteúdo mais visualizado do blog para compor o conteúdo do livro impresso. E também através de conversas percebeu-se a importância de trazer conteúdo inédito para o livro para então atrair mais leitores. O produto foi todo elaborado pensando no já leitor do blog, que mostra ser muito fiel e está sempre interagindo quando uma nova postagem é publicada.

> A leitura permite o despertar de sentimentos e emoções, inspirando-nos a um ambiente repleto de possibilidades formuláveis, tantas quantas vezes forem necessárias, haja vista, o leitor, permitir-se conhecedor da sua aptidão em maior escala de pretensões, estabelecendo desta maneira, uma sólida relação de dados concisos, permitindo-se inferir, comparar, questionar, relatar e observar a essência do conteúdo. (KRUG, 2015, p. 06)

A partir deste contexto, foi possível um novo formato de leitura para o já então usuário do blog e também aquele leitor que irá ler no livro impresso pela primeira vez o conteúdo do Bairrista Sepeense.

A metodologia utilizada é de natureza experimental de produto, fundamentada a partir de referencial teórico desenvolvido a partir dos conceitos de autores como Ambrose & Harris (2011), que se divide em sete etapas fundamentais para um excelente resultado, a saber: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender.

Para tanto, o presente trabalho se divide em dois capítulos principais, sendo: “Bairrista Sepeense: o blog”; e “Produzindo o livro Bairrista Sepeense”. No primeiro, encontra-se uma introdução bem específica sobre o blog, quando foi fundado, que conteúdo aborda em suas postagens, qual seu público, sua história no geral. Já no capítulo “Produzindo o livro Bairrista Sepeense”, encontram-se os subtítulos: projeto editorial e projeto gráfico. Neste capítulo são introduzidos os principais fatores que nortearam esta ideia de fazer a produção de um livro impresso com conteúdo já publicado no blog e também com postagens exclusivas feitas pelo autor especialmente para o livro.

No primeiro subtítulo intitulado “Projeto Editorial”, são apresentados conceitos da

autora Carla Schwingel (2012), que conceitua o projeto editorial como o responsável pela definição da política de uma publicação ou de um veículo de comunicação. Sendo assim, foram definidos os principais itens que um projeto editorial bem elaborado deve ter como nome da publicação, objetivo e seções do livro.

Já no segundo e também último subtítulo deste trabalho, intitulado "Projeto Gráfico", são abordados conceitos fundamentais para a produção do produto através de teóricos como Vladimir Sacchetta (2002), que acredita que mais do que apenas solucionar problemas, a função do designer gráfico hoje é principalmente criá-los, no sentido de questionar uma ordem vigente. Sendo assim, deve-se ressaltar que todo o produto foi produzido como editora independente, mais um desafio para este produto. No projeto gráfico então, foram definidos os elementos da capa do livro, a identidade visual do miolo, tipografia e formato.

O objetivo principal e geral do projeto experimental é a produção de um livro impresso para divulgação das postagens do blog Bairrista Sepeense. Consistindo na possibilidade de exercitar competências adquiridas durante o curso de Produção Editorial, que possibilitou a produção de uma obra com conteúdo proveniente do blog e também conteúdo inédito feito pelo moderador do mesmo.

Entre os objetivos específicos estão:

a) Mostrar no livro as publicações mais visualizadas do Bairrista Sepeense nestes seis anos desde 2011 a 2017 de blog.

b) Permitir que a edição impressa traga conteúdos inéditos para o leitor, abrangendo, dessa maneira maior audiência.

1.1 JUSTIFICATIVA

O termo "bairrista" é muito conhecido entre os gaúchos. De acordo com Luana Santos (2012), entende-se como bairrismo o indivíduo que defende de forma exagerada os interesses de sua região, além de exaltar excessivamente as qualidades e virtudes de sua terra. Já o dicionário Aurélio, de uma forma semelhante a Santos (2012), traz como definição dessa palavra "defensor exagerado dos interesses do bairro, ou da sua terra". A partir disso, entende-se como bairrismo todas as expressões que unem um toque de humor, com a paixão local daquele cidadão.

Sendo assim, o blog Bairrista Sepeense, que desde meados de 2011 reúne postagens referentes aos acontecimentos do cotidiano da pequena cidade de São Sepé, de uma forma criativa e engraçada, tornou-se o objeto ideal para a reprodução de seu conteúdo em um produto impresso resultado deste projeto de conclusão de curso. Ao analisar a página do Facebook que o Bairrista Sepeense divulga suas postagens, nota-se que os seguidores da página são bastante presentes , toda vez que uma nova postagens é publicada surgem várias curtidas e comentários gerando muita interação.

Sendo assim, observou-se a importância em fazer um livro impresso reunindo as postagens mais visualizadas no blog Bairrista Sepeense. Por São Sepé ser uma cidade pequena, este produto chamará a atenção de todos aqueles que se identificam com o bairrismo local, e já compartilham em redes sociais o conteúdo do mesmo. Nota-se que tudo que é novidade que leva o nome da cidade, a população local acaba comentando e compartilhando.

Pensando no produto impresso, será proposto um projeto editorial e gráfico diferenciado, com tipografia, disposição do conteúdo nas páginas, tudo elaborado da melhor forma para atrair o leitor desde a capa até o miolo, pois segundo Marcus Alves (2003) a preocupação cresce em tratar as publicações como objetivos integrais, incorporando à linguagem visual da capa e do miolo a escolha do papel e acabamento e a qualidade de impressão. A partir de Alves (2003), percebe-se a importância de todo o conjunto que compõem o livro desde a capa ao miolo, facilitando assim a boa impressão para o leitor.

2 METODOLOGIA - ETAPAS DO PROCESSO EDITORIAL

Para delinear a metodologia deste Projeto Experimental, que se divide em etapas que fazem parte do processo de um produto, executa-se um conjunto de operações de forma lógica, utilizando-se de metodologia e de planejamento que é muito importante para garantir um produto seguro e com precisão. De acordo com Ambrose & Harris (2011), o design é o processo, que transforma um briefing em uma solução para o produto, no qual é a primeira etapa de qualquer processo de criação. Mesmo que a criatividade seja importante, o desenvolvimento do design pode ser realizado de uma maneira controlada e direcionada pelo processo, canalizando a criatividade para a produção de uma solução prática e viável para o problema.

Portanto, neste projeto experimental, a metodologia utilizada foi baseada nas sete etapas de acordo com Ambrose & Harris (2011) as quais são: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender. A partir desta metodologia, o primeiro passo consiste na definição do *corpus* a ser trabalhado, neste caso, o blog Bairrista Sepeense. Nesse sentido, foi relevante entrar em contato com o moderador do Bairrista Sepeense, que mostrou interesse sobre a proposta de realizar a produção do livro impresso, a partir das postagens que compõem o blog.

De acordo com Ambrose & Harris (2011), uma vez definido o briefing, deve-se começar a coleta de informações que possam alimentar o processo criativo na etapa de geração de ideias. Sendo assim, focou-se no mapeamento das postagens mais visualizadas dentro do blog. Este mapeamento foi realizado entre os meses de janeiro e fevereiro de 2017, para isso, foi disponibilizado o login para acessar ao mesmo. A partir desse acesso, selecionou-se o conteúdo mais visualizado dentro das categorias, que já existem no blog. São elas: cultura; esportes; geral; política e tô de forga[1].

Segundo Ambrose & Harris (2011), a terceira etapa intitulada “Gerar Ideias” é aquela responsável por criar possíveis soluções de criatividade. Sendo assim, fora o conteúdo que já foi divulgado no site, haverá uma categoria extra no livro impresso, intitulada “Conteúdos Inéditos”, em que irá conter postagens inéditas que será uma forma de levar conteúdo exclusivo ao produto impresso.

O próximo passo, realizado em março de 2017, foi a definição do projeto editorial do livro. É no projeto editorial do livro em que questões como o nome da publicação,

1 A partir daqui será usado tô de forga, pois é como o criador do blog se remete a palavra “folga” nas postagens.

público-alvo, seções, etc, são definidas. Segundo Scalzo (2014), é o plano editorial que vai alimentar o plano de negócios e, por consequência, deve representar a visão exata sobre a publicação e sua relação com o leitor. O plano estabelece a missão, os objetivos e a fórmula editorial. Todo esse plano editorial ajuda a manter o foco no leitor. A partir de Scalzo (2014), percebe-se a importância de um projeto editorial bem elaborado desde o início, pois é ele que dará o suporte fundamental até a conclusão do produto final.

Segundo Ambrose & Harris (2011), o quarto passo desta metodologia se baseia em testar protótipos.

> protótipos são usados para testar a viabilididade técnica de uma ideia e ver se ela funciona como objeto físico (...) Os protótipos também podem testar os aspectos visuais de um projeto ao apresentá-lo da maneira como seriam produzidos, o que também oferece a oportunidade de verificar, quando pertinente, o projeto em três dimensões. (Ambrose & Harris, 2011, p. 22).

Como o objetivo de um protótipo é testar alguns aspectos específicos, o quarto passo foi a definição do projeto gráfico, que foi definido entre os meses de maio e junho. Segundo Scalzo (2014), é o universo de valores e de interesses dos leitores que definirá a tipologia, o corpo do texto, a entrelinha, a largura das colunas, as cores, o tipo de imagem e a forma como tudo isso será disposto na página. Pensando nisso, a busca de referências gráficas e a discussão sobre publicações impressas que chamam a atenção, foram fundamentais em relação ao projeto gráfico e diagramação, pois a partir desta pesquisa por referências, surgiram inspirações estéticas para o Bairrista Sepeense.

Já o quinto passo, segundo a metodologia de Ambrose & Harris (2011), é selecionar, que se define em:

> etapa em que uma das soluções de design propostas é escolhida para ser desenvolvida. O principal critério de decisão é a adequação à finalidade: o projeto atende às necessidades e aos objetivos do briefing? Ele se comunica de maneira eficiente com o público-alvo para atingir esses objetivos (...) Outros fatores, como custo e tempo, são relevantes no processo de seleção, mas podem mudar à medida que o processo evolui (Ambrose & Harris, 2011, p. 24).

Desta forma, fazendo uma ligação com a etapa anterior, que se baseou na escolha do projeto gráfico, neste quinto passo foram realizadas decisões definitivas como: a proposta atende às necessidades definidas pelo briefing; a proposta se sintoniza com o público alvo; a proposta pode ser produzida dentro do prazo e do orçamento disponível; a proposta do produto em geral foi efetivada com sucesso.

A penúltima etapa da metodologia proposta por Ambrose & Harris, é a implementação, que é quando o produto passa por uma revisão. Este é o momento que oferece uma boa oportunidade para confirmar as especificações de produção, como a quantidade de impressões e o resultado esperado. Durante esta etapa, o livro passou por uma revisão, que atendeu desde o projeto gráfico até o corpo textual, definição de número de impressões e em qual a gráfica que se realizará a impressão.

E por fim, a última etapa, segundo os autores, é aprender. Esta fase de aprendizado, mesmo sendo a última entre os sete estágios que aqui foi citado, ocorre ao longo de todo o processo. Ambrose & Harris (2011) falam que em cada etapa, deve-se parar e perguntar-se onde está, para onde está indo, o que está funcionando e o que não está. A capacidade de aprender com cada passo aprimora o desenvolvimento e ajuda a gerar um produto radical e de sucesso.

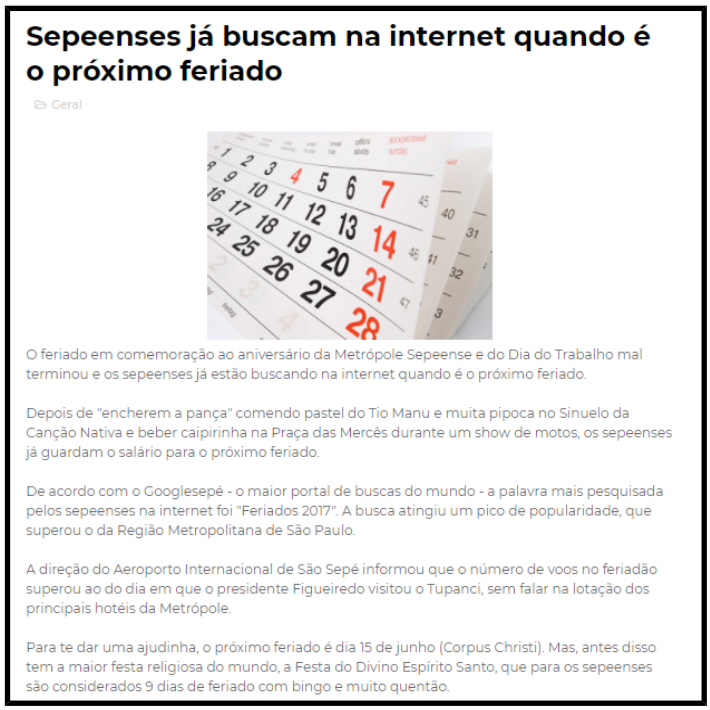
3 BAIRRISTA SEPEENSE: O BLOG

A internet é uma plataforma ampla e cheia de oportunidades. A partir desta visão o Sepeense Bruno Garcia, formado em Jornalismo pelo Centro Universitário Franciscano (UNIFRA), encontrou uma oportunidade para exercer sua profissão inicialmente como um passa-tempo. Em primeiro de abril de 2011, foi criado o blog intitulado “Bairrista Sepeense”. Segundo Aguiar (2006),

> novas formas de jornalismo surgem e se desenvolvem. O webjornalismo traz novidades na produção, divulgação e consumo de notícias. Os blogs são exemplos dessas novas maneiras de lidar com a informação no ciberespaço. Com um grande potencial interativo, eles se apresentam como a possibilidade de um jornalismo coletivo, construído a muitas mãos, numa comunicação horizontal. O público deixa de ser encarado como uma massa disforme e passa a se constituir de pessoas, ativas, prontas para se expressarem e opinarem (AGUIAR, 2006, p. 01).

É a partir desta ideia que surge o Bairrista Sepeense, em que o conteúdo bairrista bem humorado se referindo aos acontecimentos do dia-a-dia da pequena cidade de São Sepé, que possui pouco mais de 25 mil habitantes, tornou-se um sucesso. O blog reúne postagens referentes ao cotidiano da cidade com uma temática humorística, como por exemplo na figura 1, que será mostrado uma postagem do mesmo.

Figura 1– Postagem do blog Bairrista Sepeense



Sepeenses já buscam na internet quando é o próximo feriado

Geral

O feriado em comemoração ao aniversário da Metrópole Sepeense e do Dia do Trabalho mal terminou e os sepeenses já estão buscando na internet quando é o próximo feriado.

Depois de "encherem a pança" comendo pastel do Tio Manu e muita pipoca no Sinuelo da Canção Nativa e beber caipirinha na Praça das Mercês durante um show de motos, os sepeenses já guardam o salário para o próximo feriado.

De acordo com o Googlesepé - o maior portal de buscas do mundo - a palavra mais pesquisada pelos sepeenses na internet foi "Feriados 2017". A busca atingiu um pico de popularidade, que superou o da Região Metropolitana de São Paulo.

A direção do Aeroporto Internacional de São Sepé informou que o número de voos no feriadão superou ao do dia em que o presidente Figueiredo visitou o Tupanci, sem falar na lotação dos principais hotéis da Metrópole.

Para te dar uma ajudinha, o próximo feriado é dia 15 de junho (Corpus Christi). Mas, antes disso tem a maior festa religiosa do mundo, a Festa do Divino Espírito Santo, que para os sepeenses são considerados 9 dias de feriado com bingo e muito quentão.

Fonte: *Print screen* da postagem publicada no blog Bairrista Sepeense

Nota-se assim, a partir desta publicação no Facebook, que a linguagem humorística é a ferramenta principal para atrair os leitores moradores da cidade de São Sepé, que estão sempre fazendo comentários em cada nova publicação realizada na página.

O Bairrista Sepeense possui sete sessões dentro do blog: geral; pelos bairros; cultura; esportes; gauchismo; política; e tô de forga. Em cada sessão é explorada um acontecimento real ou na maioria das vezes fictício que acontece na cidade, unindo assim o caso com termos bairrista. O blog que possui domínio no *blogspot,* uma plataforma que usuários do mundo todo podem criar seus blogs de forma gratuita ganhou um público fiel nestes seis anos no ar. Segundo André (2007, p. 42),

> (...) os blogs simplesmente inundaram a rede mundial de computadores, realidade que acabou trazendo uma nova face para os meios de comunicação. (...) São os blogs uma das mais evidentes expressões da revolução digital que tende a se alastrar entre consolidados veículos de comunicação, desafiando conceitos profundamente arraigados na nossa indústria jornalística.

Sendo assim, com a disseminação dos blogs e com os usuários sendo uma nova forma de entretenimento no meio digital, o Bairrista Sepeense pode contar com este público exigente que está sempre em busca de algo novo. O leitor do blog está ativamente interagindo através do facebook criado para o Bairrista Sepeense. É através desta rede social que as pessoas comentam e compartilham as postagens que foram feitas no blog. Notando-se assim, como o leitor está ativo e em comunicação entre o blog e o Facebook. Aguiar (2011, p. 06) relata bem essa relação do jornalista que está por trás da notícia e sua relação com a interação depois das postagens publicadas.

> Na blogosfera[2], a relação entre o jornalista e o leitor é radicalmente diferente daquela estabelecida entre eles na mídia convencional, já que existe uma troca constante de dados, uma produção e compartilhamento de sentidos através da relação entre os sujeitos envolvidos e não a transmissão de informações pura e simples. Essa troca também está presente em outras mídias através das seções de cartas de leitores, por exemplo. Mas, nos blogs essa participação é ampliada e a relação que se estabelece é mais próxima e horizontal.

O fato é que o blog possuindo mais de 300 mil visualizações[3] mantém uma relação direta com o público através da página que possui no Facebook mais de cinco mil curtidas, que serve como uma complementação de suas postagens para obter *feedback* dos usuários e também como forma de divulgação para atrair novas visualizações. Vejamos no exemplo a seguir, que podemos notar como o leitor do blog é bastante ativo também na *Fan Page*[4] do

2 Blogosfera: neologismo que se refere ao mundo dos blogs.

3 Dado levantado através do próprio recurso que o blogspot disponibiliza para o dono do mesmo ter controle das visualizações.

4 É uma página específica no Facebook, neste caso para o blog do Bairrista Sepeense.

Bairrista Sepeense no Facebook. A postagem mostra uma foto do dia que aconteceu a votação para o *impeachment*[5], porém, como o foco da página é conteúdo humorístico sobre São Sepé, a publicação mostra a frase "Estacionar na frente do simon: sim ou não" referindo-se a um projeto de lei que está em debate na cidade para estabelecer se os veículos podem ou não estacionar na frente do Simon que é o bar mais popular da cidade. Na figura 2, será mostrada a postagem que resultou em centenas de curtidas e dezenas de compartilhamentos.

Figura 2 – Interação do leitor do blog através da página do Facebook

Fonte: *Print screen* da postagem feita no Facebook do Bairrista Sepeense

5 É utilizada como um modelo de processo instaurado contra altas autoridades governamentais acusadas de infringir os seus deveres funcionais.

4 PRODUZINDO O LIVRO BAIRRISTA SEPEENSE

Por meio dos conceitos citados no capítulo anterior, notou-se a relevância em produzir um livro impresso com as postagens do blog Bairrista Sepeense. Para introduzir o capítulo nota-se a importância em falar na convergência, pois ela é uma integração de mídias, neste caso a relação do conteúdo do blog e o conteúdo do livro. Com a mudança da comunicação durante os anos, a informação circula por diferentes canais, conforme Henry Jenkins (2009), a ideia da convergência midiática serve para traduzir as mudanças nas formas de relacionamento do público com os meios de comunicação.

Para Jenkins (2009), a convergência não deve ser compreendida como um processo puramente tecnológico que uniria múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representaria uma transformação cultural, à medida que as pessoas são incentivadas a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos.

Sendo assim, pensar em convergência vai muito além de algo tecnológico, é algo cultural que passa por alterações no decorrer dos anos. As pessoas estão cada vez mais exigentes quando se fala em comunicação, e pensar num produto que atrai este público é um desafio.

Em tempos que a informação é encontrada em diferentes mídias, pensar no conteúdo do produto final é fundamental. Chartier (1999, p.77) reforça que,

> do rolo antigo ao códex medieval, do livro impresso ao texto eletrônico, várias rupturas maiores dividem a longa história das maneiras de ler. Elas colocam em jogo a relação entre corpo e o livro, os possíveis usos de escrita e as categorias intelectuais que asseguram sua compreensão.

Chartier, neste contexto se refere a relação entre o texto e sua materialidade na formação do sentido da obra. Estes dois suportes podem viver lado a lado sendo bem pensados, o que consiste na proposta do livro impresso do Bairrista Sepeense. O conteúdo já publicado no blog que agora estará também no livro impresso ganhará uma nova cara junto com todo o conjunto. E assim como no blog, os leitores podem comentar, compartilhar, curtir. O livro também acabará sendo interativo, pois o leitor pode usar ele da maneira que preferir, fazendo anotações, dobras, entre outras possibilidades que apenas o produto impresso pode oferecer.

Em suma, o livro impresso surge como uma nova oportunidade de leitura do conteúdo do blog do Bairrista Sepeense, um acrescenta o outro e ambos podem conviver juntos, o digital e o impresso.

4.1 PROJETO EDITORIAL

Para delinear sobre o conceito de Projeto Editorial a autora Schwingel (2012), fala que é o projeto editorial o responsável pela definição da política de uma publicação ou de um veículo de comunicação. É ele quem direciona as ações da equipe de redação, explicitando o posicionamento social, bem como o estilo e público-alvo, a linguagem e os recursos a serem utilizados. Deve-se ressaltar que este é um termo proveniente de revistas, mas que neste trabalho foi apropriado para a edição de livros por conter elementos formadores de uma obra.

A partir de Schwingel, percebe-se a importância de um projeto editorial bem elaborado em todas as suas etapas. Sendo assim, a primeira etapa foi a definição do nome da publicação. Pensando em manter o vínculo com o blog, o livro impresso também se intitulará Bairrista Sepeense. Pois, Schwingel (2012), analisa que o nome tem de ser muito bem pensado, é o que identifica o produto comunicacional, portanto, usar o mesmo nome do blog no livro possibilitará uma rápida identificação do leitor.

A próxima etapa é a definição do objetivo desta publicação editorial, que é fornecer aos leitores da cidade de São Sepé uma nova experiência de leitura dos conteúdos do blog e também do conteúdo exclusivo que será feito apenas para o livro impresso. Sendo assim, além do conteúdo mais visualizado que já está no blog que passará por uma revisão, também terá algumas postagens exclusivas apenas para o livro impresso. Sendo assim, uma maneira de atrair ainda mais leitores para esta publicação. O público- alvo deste livro impresso são pessoas da cidade de São Sepé que acessam o blog e conhecem o mesmo.

Outra etapa que faz parte do projeto editorial é a definição das seções que irão compor a publicação. O livro Bairrista Sepeense tem suas seções divididas baseadas nas categorias que o próprio blog aborda que são: cultura, esportes, gauchismo, geral, pelos bairros, política e tô de forga. Além das seções intituladas com os nomes que já existem no blog, terá uma extra que se chamará: “conteúdos inéditos”. Nesta seção serão divulgados conteúdos exclusivos feito pelo moderador do blog, pensando no leitor que irá comprar o livro para que tenha oportunidade de ler conteúdos novos fora aqueles que já teve acesso por meio do mesmo.

A escolha do conteúdo para compor o livro foi decidido durante o processo das definições do projeto editorial. Como um dos objetivos é divulgar o Bairrista Sepeense,

notou-se a importância de trazer do blog alguns conteúdos já publicados no mesmo para o livro impresso. Sendo assim, o moderador do blog permitiu o acesso para poder filtrar os conteúdos mais visualizados, estipulando o valor mínimo de 600 cliques na publicação. Foi a partir desta filtragem que foram escolhidas as postagens que compõem o livro. Para irmos além, foi decidido nesta etapa fazer a criação de postagens inéditas, para que o leitor tenha um atrativo a mais no momento de fazer a leitura do livro. Com isso, o moderador do blog criou cinco postagens inéditas que fazem parte apenas do livro impresso.

4.2 PROJETO GRÁFICO

O projeto gráfico para esta publicação impressa foi todo pensado em elementos que despertem a curiosidade do leitor, com informações marcantes principalmente do cotidiano da cidade de São Sepé. Contextualizando melhor, o projeto gráfico é produzido pelo designer gráfico, termo que denomina este profissional.

> Bem antes da globalização, a profissão foi criada com base no racionalismo internacional, e entrou no jogo capitalista quando o planeta ainda se dividia nitidamente entre desenvolvidos e subdesenvolvidos (...) A tudo isso resistiu o design gráfico. As classificações tradicionais entre os países desapareceram, e novas modalidades de trabalho surgiram. (SACCHETTA, 2002, P. 17)

Esse termo, refere-se também ao que este profissional tem como responsabilidade em fazer seu produto pensando em um público amplo, não apenas para si próprio neste caso. O principal objetivo é não se restringir, ele deve estar sempre por dentro das novidades de diferentes setores que norteiam nosso dia a dia, tanto no Brasil quanto no mundo, e captando informações úteis para ser referência em todo seu processo criativo. Sacchetta (2002) acredita que mais do que apenas solucionar problemas, a função do designer gráfico hoje é principalmente criá-los, no sentido de questionar uma ordem vigente.

O designer gráfico pode ser um profissional capaz de atuar em diferentes áreas, mas pensando neste Projeto Experimental que resulta em um produto editorial impresso, devemos entender melhor o conceito de Design Editorial. Esse profissional além de trabalhar com diferentes tipos de símbolos, logotipos, é também conhecido por projetar livros, revistas e jornais. Especificamente pensando aqui no conceito do livro impresso, este profissional é responsável por diferentes elementos como capa, miolo, papel, entre outros que serão citados logo mais na frente no decorrer deste estudo.

> Até há pouco tempo, a intervenção do designer em livros resumia-se à capa, enquanto o miolo recebia um tratamento mecânico e burocrático. Todos perdiam com isso, inclusive editoras, uma vez que livros malcuidados são

> mais difíceis de vender do que obras bonitas por dentro e por fora (SACCHETTA, 2002, P. 28-29).

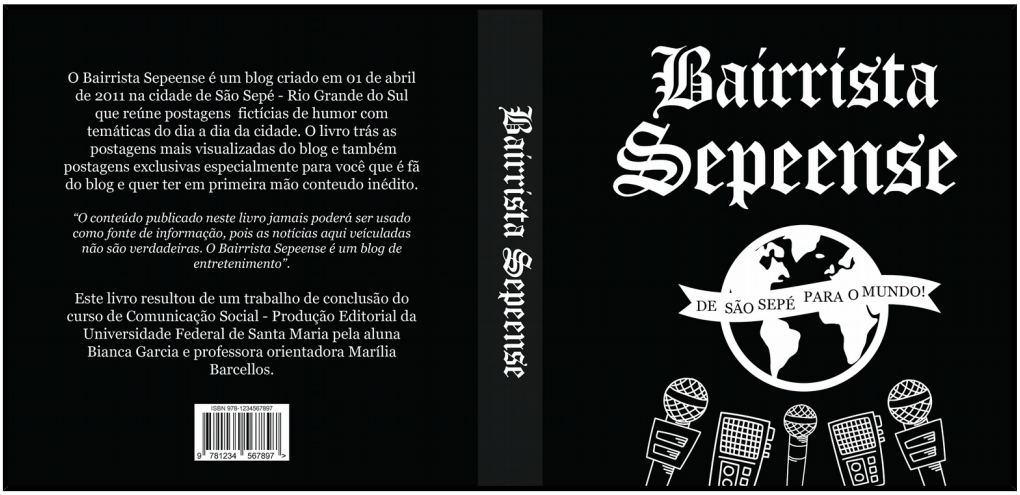
a) Definição da capa: a primeira definição desse projeto gráfico é a capa, que terá o nome Bairrista Sepeense e subtítulo "de São Sepé para o mundo", pois é o título de uma das postagens que está no livro. A capa, segundo Müller (2011), serve para proteger e apresentar. Ela deve se adequar ao conteúdo do livro e o público-alvo ao qual ele se destina. Sendo assim, ela será composta por elementos gráficos que remetem a um mapa mundial, aonde neste mapa o destaque é para a localização da cidade de São Sepé. A quarta capa ou contracapa que, segundo Müller (2011), protege a parte de trás da obra e geralmente contém informações adicionais sobre o conteúdo. Eventualmente apresenta sinopse, opiniões de terceiros sobre a obra ou mesmo passagens do texto, contará com uma breve sinopse sobre o que o leitor irá encontrar de conteúdo neste livro.

Para compor toda essa identidade visual citada, será usada a mesma tipografia que o blog usa desde quando foi ao ar, que é a fonte usada no famoso jornal Americano The New York Times. A tipografia utilizada para o nome do The New York Times foi feita pelo estúdio de tipografia Hoefler & Frere-Jones, que se localiza em Nova York, nos Estados Unidos. A tipografia é serifada e possui um estilo clássico que lembra os diferentes tipos de impressos antigos. Essa tipografia é bastante conhecida e se torna distinta de outros concorrentes.

> A função principal da tipografia é transmitir uma mensagem que seja compreendida pelos leitores a quem ela se dirige(...) A característica essencial da tipografia moderna é a clareza. Qualquer forma que não expresse antes de tudo a função de legibilidade não está de acordo com o verdadeiro espírito da tipografia moderna, não importando quão impressionante ou "modernista" ela possa ser (MCMURTRIE, 1929, p. 41).

Na figura 3 é mostrada a tipografia escolhida para a capa. Usa-se a tipografia intitulada "Diploma" para o título principal que é inspirada na que é usada no famoso jornal The New York Times e também para a lombada. No subtítulo e contracapa é usada "Georgia" por ser a mesma usada no miolo do livro, mantendo assim um padrão.

Figura 3 – Contracapa, lombada e capa do livro Bairrista Sepeense



Fonte: *Print screen* da contracapa, lombada e capa do livro impresso

b) Formato: outro passo que envolve a parte gráfica do livro é a definição do formato e estrutura da página, ou seja, a definição do espaço em branco sobre o qual irá o conteúdo da publicação. Müller (2011), diz: "Formate o tamanho da página nas dimensões desejadas [...]. Em seguida, determine as margens [...]". Este espaço delimitado pelas margens chama-se "mancha gráfica", e é dentro dele que trabalharemos o original. Com base neste conceito que Muller (2011) define para a definição do espaço em que irá o conteúdo, o livro Bairrista Sepeense irá ter como formato 16cm x 15,5cm e margens de 2,5cm.

c) Alinhamento: depois de definida a capa, tipografia, formato, é o momento da definição do alinhamento do texto. Segundo Müller (2011, p.31) pode ser realizado de quatro formas, neste caso usado o texto alinhado à esquerda, pois dessa forma apresenta melhor legibilidade, pois as palavras ficam equidistantes entre si, cansando menos os olhos durante a leitura, pode ser alinhado à direita que é mais utilizado em epígrafes e dedicatórias, centralizado que é usado geralmente nos títulos e justificado, apesar de não ter a mesma legibilidade do alinhamento à esquerda, é a forma mais usada, devido à unidade estética que proporciona.

d) Leiturabilidade: Sendo assim, o conteúdo e os títulos serão alinhados a esquerda tornando uma melhor forma de leiturabilidade para o leitor. Dentro dessa ideia do texto, outro fator importante é a definição do corpo da fonte e o entrelinhamento. O corpo da fonte segundo Müller (2011), é mais mensurado em uma unidade chamada "ponto". A prática estabeleceu que o corpo 11 no texto principal é bastante satisfatório para um grande número de leitores. Sendo assim, até mesmo sendo um padrão editorial, será usado o corpo 11 para todo o conteúdo do livro, e para títulos corpo 34. Segundo Müller,

> os elementos da falsa folha de rosto e da folha de rosto podem ser formatados com corpo maior, dependendo da extensão do título e do nome do autor. Já a fica técnica, a ficha catalográfica, as notas e o colofão são melhores apresentados com corpo 9 ou 10. Sumário, bibliografia, glossário, dedicatório e epígrafe podem apresentar o mesmo corpo do texto principal (MULLER, 2011, p.32)

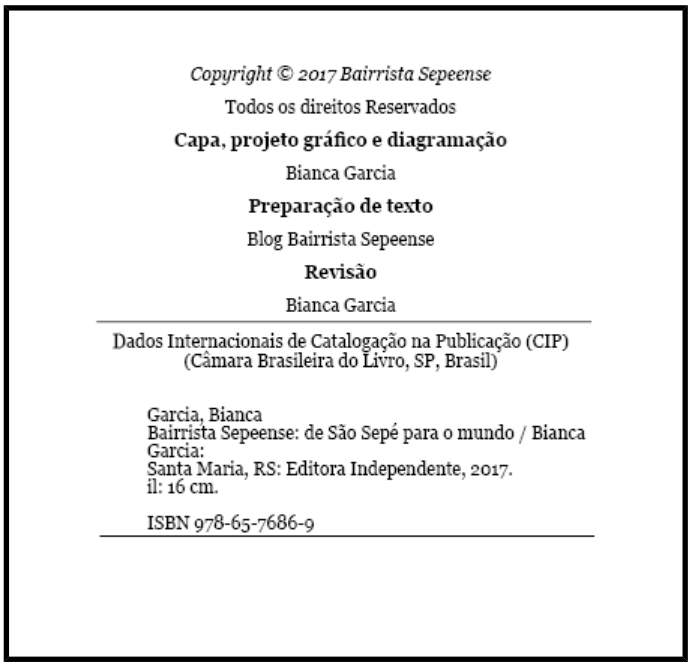
Na figura 4, encontra-se o miolo. Para manter uma melhor leiturabilidade o título passou por vários testes de tipografia. E a escolhida para manter um padrão foi "Diploma" para a capitular do título principal, e data em que a publicação foi ao ar no blog, a mesma usada na capa do livro. "Georgia bold" é usada para a capitular do texto e "Georgia regular" para o texto todo. Na página da esquerda que fica a ilustração, a tipografia "Rockwell extra bold" foi escolhida por ter tido uma melhor leiturabilidade.

Figura 4 – Alinhamento do conteúdo no miolo do livro

Fonte: *Print screen* do miolo do livro

A partir da ideia de Müller, os elementos em texto que irão compor a ficha técnica, a ficha catalográfica, serão apresentados com o corpo 11. O entrelinhamento é outro fator determinante para a legibilidade do texto, esta é outra definição escolhida para o livro do Bairrista. Segundo Müller (2011), tal como acontece com o corpo da fonte, não há regras que estabelecem sua dimensão ideal, embora, formate-se a entrelinha de acordo com o tamanho da fonte. Sendo assim, na figura 4 mostra-se o espaçamento definido será de 1,5 (uma linha e meia), tamanho ideal para uma maior leiturabilidade com o corpo que foi escolhido.

Figura 5 – Ficha técnica e ficha catalográfica



Copyright © 2017 Bairrista Sepeense
Todos os direitos Reservados

Capa, projeto gráfico e diagramação
Bianca Garcia
Preparação de texto
Blog Bairrista Sepeense
Revisão
Bianca Garcia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Garcia, Bianca
Bairrista Sepeense: de São Sepé para o mundo / Bianca Garcia:
Santa Maria, RS: Editora Independente, 2017.
il: 16 cm.

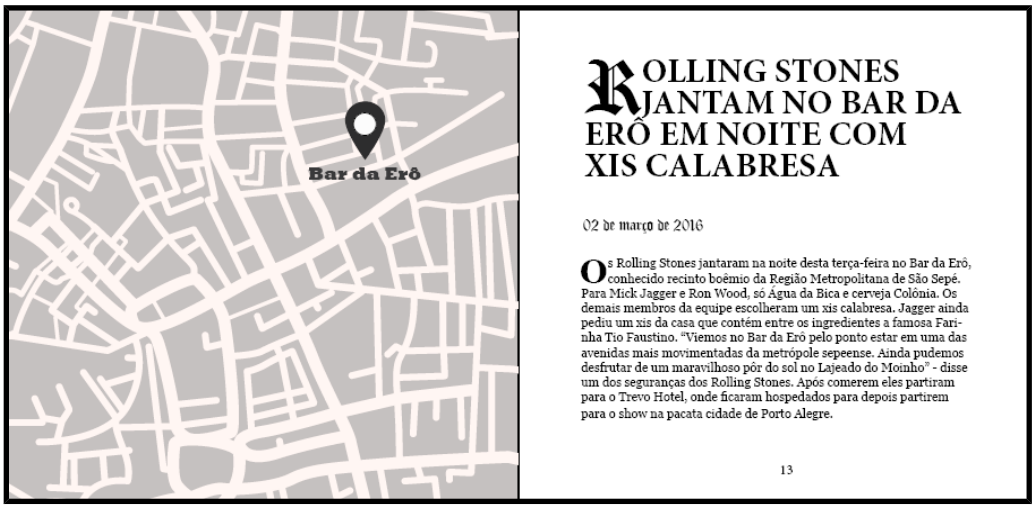
ISBN 978-65-7686-9

Fonte: *Print screen* do miolo do livro

e) Definição do miolo: no miolo do livro, os elementos gráficos que foram feitos de forma independente no programa Adobe Illustrator, foram uma das últimas coisas a serem elaboradas. Pois foi pensado primeiro em toda a disposição do conteúdo que foi montado no Adobe InDesign, para depois anexar as ilustrações necessárias para cada página.

A ilustração do mapa da cidade fica sempre na página da esquerda do livro e o conteúdo na página da direita, desta forma o leitor tem acesso ao texto e também às figuras, tornando assim o conteúdo geral mais leve e atrativo para uma boa leitura. Esta questão da leiturabilidade, harmonia e equilíbrio permeiam todo o processo da produção e finalização do produto editorial. Na figura 5, é mostrado o miolo do livro, que segue padrão em todas as outras páginas.

Figura 6 – Projeto gráfico do livro para o conteúdo



Fonte: *Print screen* projeto gráfico do miolo do livro

De modo a criar uma identidade visual ao produto, o livro foi todo trabalhado nos tons de preto, branco e cinza. Além disso, para a leitura não ficar muito pesada foi montado ilustrações bem pontuais no Adobe Illustrator nos mesmos tons para o livro não ficar apenas com texto e assim se tornar mais atrativo para o leitor. As figuras de 7 a 12 apresentam a identidade visual do livro.

Figura 7 – Falsa folha de rosto

Figura 8 – Folha de rosto

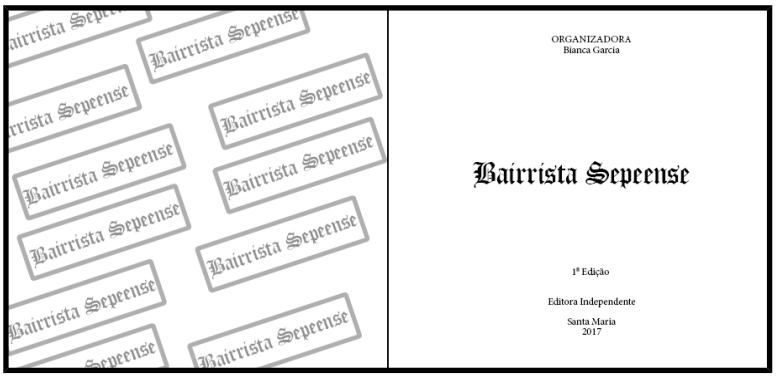


Figura 9 – Ficha catalográfica, ficha de créditos e sumário

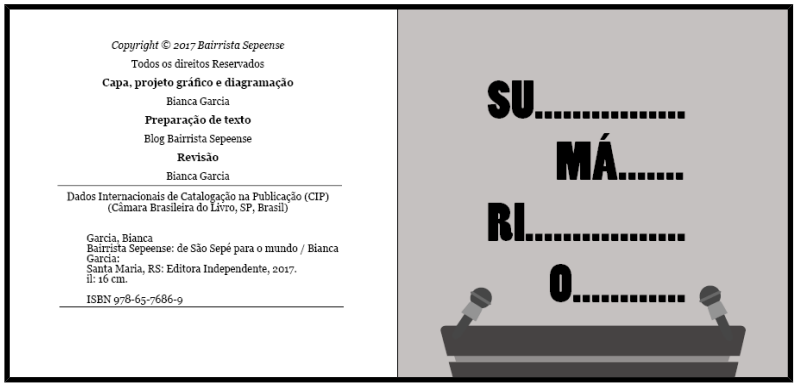


Figura 10 – Sumário

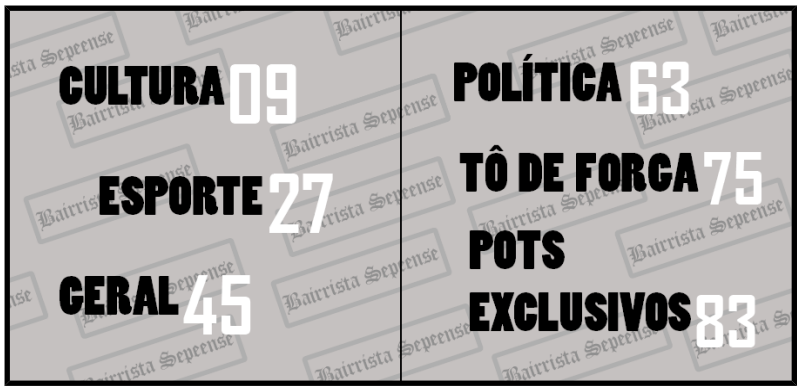
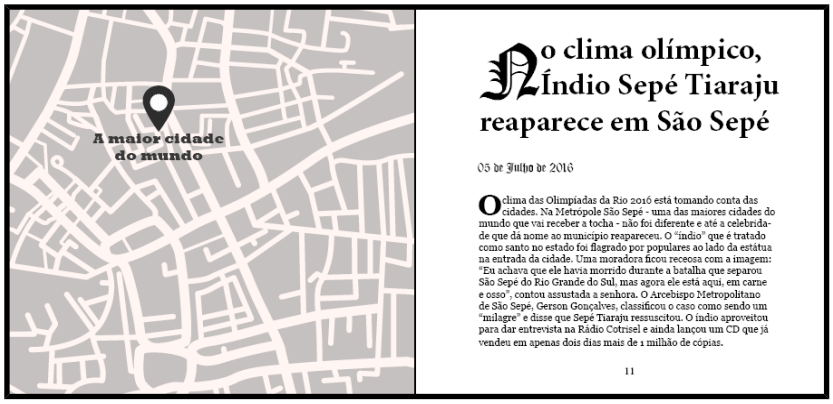


Figura 11 – Abertura de seção

Figura 12 – Exemplo de layout do miolo



Por fim, deve-se ressaltar que depois de todo trabalho concluído, o último passo foi a impressão. Foram realizados orçamentos em duas gráficas, a PrintStore de Porto Alegre, e também na Espaço Gráfico de Santa Maria. Ambas fazem impressão de poucos exemplares, o que acaba aumentando o valor de cada livro. Na PrintStore o orçamento para quatro livros totalizou um valor de R$420,00. Enquanto na Espaço Gráfico o orçamento para três livros totalizou o valor de R$124,00.

Nas duas empresas foi a mesma opção de papel para o miolo Sulfite 90 g/m². Para a capa na PrintStore o valor foi calculado com o papel cartão Luxstar 290 g/m², enquanto na Espaço Gráfico foi calculado com papel Supremo 290 g/m². Analisando os recursos, foi então impresso três livros com o miolo preto e branco na Espaço Gráfico de Santa Maria.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Escolher este tema para o projeto experimental foi um desafio desde o princípio, uma vez que elaborar um livro impresso é um trabalho bastante complexo que até mesmo grandes editoras acabam passando por altos e baixos por ser um processo que precisa de profissionais de diferentes áreas.

Para este projeto embasar-se em autores como Ambrose & Harris (2011), Schwingel (2012) e Sacchetta (2002) foi fundamental. O primeiro passo para sua produção foi analisar como funciona o blog do Bairrista Sepeense, quando foi fundado, que conteúdo aborda em suas postagens, qual seu público e sua história no geral, para que tivéssemos uma base para a criação do livro.

Também foi fundamental entender cada passo da produção de um livro, desde o primeiro contato com o autor até sua concretização final. Lembrar sempre do público que receberá este produto foi muito importante em todas as etapas desde o projeto editorial até o gráfico, pois quando surgiam dúvidas este pensamento foi quem definiu determinados passos.

Além de compreender para que público é destinado este livro, precisamos entender também como se constitui um projeto editorial, com base na autora Schwingel (2012), que conceitua o projeto editorial como o responsável pela definição da política de uma publicação. A partir disso foram definidos os principais itens que um projeto editorial bem elaborado deve ter como nome da publicação, objetivo e seções do livro.

Também foi necessário entender as questões de projeto gráfico, para que conseguíssemos fazer com que ele se adequasse com a proposta deste projeto. Nessa etapa foram definidos os elementos da capa do livro, a identidade visual do miolo, tipografia e formato.

Com base no que foi dito acima, pode-se concluir que os objetivos foram alcançados, um novo produto para o mercado editorial está concluído, com conteúdo bem selecionado e elaborado, fazendo ligação com a identidade visual para atrair o leitor que está cada vez mais exigente e a procura de algo novo.

Este trabalho também foi importante para meu futuro como profissional de Produção Editorial, já que proporcionou experiências em todas as etapas de produção de um livro impresso, desde a ideia inicial até sua impressão.

REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking**: s.m. ação ou prática de pensar o design. BELLOLI, Mariana (Tradutor). Porto Alegre: Bookman, 2011.

AGUIAR, Kátia Fonseca. **Blog-jornalismo:** interatividade e construção coletiva da informação 2006.

ALVAREZ, Octavio H. **O texto eletrônico**: um novo desafio para o ensino da leitura e da escrita. In: PEREZ, Francisco C.; GARCIA, Joaquin R. Ensinar ou aprender a ler e a escrever? Porto Alegre: Artmed, 2001. p.167-170.

ALVES, Marcus Vinícius Barili. **O valor do Design**. Guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico: da prática à teoria. Ed. Senac, 2003.

BORGES, André. **Blog**: uma ferramenta para o jornalismo. In: FERRARI, Pollyana. Hipertexto, Hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

CHARTIER, R. **A aventura do livro do leitor ao navegador**: conversações com Jean Lebrun. Tradução Reginaldo de Moraes. São Paulo: Editora UNESP/Imprensa Oficial do Estado, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
KRUG, Flavia Susana. **A Importância da Leitura na Formação do Leitor**. Revista de Educação do IDEAU, Getúlio Vargas, Vol. 10 – Nº 22 - Julho - Dezembro 2015.

MÜLLER, Leandro. **Como editar seu próprio livro**: um manual básico para quem quer se publicar ou ser publicado. Editora prestígio, 2011.

SACCHETTA, Vladimir. **O Valor do design**. Guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico: da prática à teoria. Ed. Senac, 2002.

SANTOS, Luana Rodrigues dos. **Comerciais da cerveja polar export**: bairrismo e efeitos de sentido. 2012. 48f. Trabalho de Conclusão de Curso, Unijuí, 2012, Ijuí.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHWINGEL, Carla. **Mídias Digitais: Produção de conteúdo para a web.** São Paulo: Paulinas, 2012.