cefet Twitter

**Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais**

**Departamento de Linguagens e Tecnologia**

**Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens**

**Disciplina: Metodologia de Pesquisa**

**Professora: Maria Raquel Bambirra**

**Aluno: Joubert Caetano Amaral**

1. **METODOLOGIA**

Tendo como objetivo, abalizar os modelos de eventos literários existentes no Brasil e se, ou como, eles podem contribuir para a cadeia produtiva do livro, será necessário iniciar a pesquisa por um caráter bibliográfico, que através do estudo de textos já publicados, resgataremos desde os primeiros eventos literários realizados no país, até a popularização nos dias de hoje (para termos uma ideia da dimensão deste universo, de acordo com o programa “Circuito Nacional de Feiras de Livro”, do Ministério da Cultura e da Fundação Biblioteca Nacional, nos últimos anos, foram registrados mais de 200 eventos, sejam eles realizados por governos ou pela iniciativa privada, que de alguma maneira, promoveram os livros e a leitura).

A metodologia escolhida é de caráter misto e tem seu início como quantitativa através da coleta de dados, que serão analisados estatisticamente. Posteriormente, aplicaremos métodos qualitativos que irão analisar o conteúdo dos dados obtidos. A escolha pelo caráter misto é defendida aqui baseado em MINAYIO (1996):

As pesquisas qualitativas [...] trabalham com: significados, motivações, valores e crenças e estes não podem ser simplesmente reduzidos às questões quantitativas, pois que, respondem a noções muito particulares. Entretanto, os dados quantitativos e os qualitativos acabam se complementando dentro de uma pesquisa (MINAYO, 1996).

**1.1 O *Corpus* da pesquisa**

A coleta de dados será dividida em dois levantamentos, sendo o primeiro voltado para a organização dos eventos literários, e o segundo voltado para o mercado editorial.

*1.1.1 Eventos Literários*

Será separada uma amostra de 15 eventos literários para estudo, usando como critério aqueles que se destaquem por terem características e abrangências distintas (Festa Literária ou Bienal) e que tenham no mínimo três edições realizadas. Os eventos escolhidos para compor essa amostra, serão retirados do cadastro do “Circuito Nacional de Feiras de Livros” realizado pela Biblioteca Nacional.

A ideia do projeto da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Fundação Biblioteca Nacional (FBN) e Plano Nacional do Livro e da Leitura (PNLL) é, em primeiro lugar, montar um calendário único dos eventos organizados país afora para depois ajudar no planejamento e na execução de cada um deles*.* (PublishNews, 2011)

Através de questionários e entrevistas semiestruturadas, realizadas com responsáveis pelos eventos eleitos, esta etapa tem o objetivo de apresentar um panorama de como os eventos literários são organizados no Brasil, identificando os modelos de financiamentos utilizados para que os mesmos aconteçam, sua periodicidade, como é o relacionamento entre editoras e autores, e se há algum tipo de desdobramento para o desenvolvimento da comunidade no qual estão inseridos, principalmente no âmbito da formação de novos consumidores de literatura.

*1.1.2 O Mercado Editorial*

O segundo levantamento é voltado para o mercado editorial, em especial as editoras. A amostra será composta por 15 empresas e serão divididas entre Grandes, Médias e Pequenas. Para realizarmos a eleição de quais editoras serão estudadas, e de como será realizada a divisão por tamanho do empreendimento, usaremos como base o faturamento apresentado pelas mesmas aos órgãos profissionais que regem o mercado editorial brasileiro de editoras (SNEL – Sindicato Nacional dos Editores de Livros e a CBL – Câmara Brasileira do Livro).

Novamente, através de questionários e entrevistas semiestruturadas, realizadas com os responsáveis pelas empresas, ou nos funcionários ligados diretamente ao relacionamento entre as editoras e seus autores/eventos, se tem aqui o objetivo de apresentar dados sobre a frequência com que estas empresas participam de eventos literários e os resultados obtidos, principalmente em relação a vendas, promoção de autores e marcas/selos editoriais.

**1.2 Análise de Dados**

*1.2.1 Critérios*

Os dados coletados para integrar a pesquisa (os questionários e entrevistas semiestruturadas com os organizadores de eventos literários e os profissionais que representam as editoras) serão analisados de forma mista, ou seja, tanto de maneira quantitativa, mas também qualitativa.

Vale ressaltar, que Sandelowski (2000) diz que a análise mista (combinação de amostragens, captação e análise de dados qualitativos e quantitativos), é uma opção caso o objetivo seja expandir a abrangência do estudo ou seu poder analítico.

Sendo assim, através de um cruzamento de dados, validados por meio de triangulação metodológica, que de acordo com Flick (2005) combina vários métodos qualitativos entre si, buscaremos responder:

* *As editoras tem tido influências na organização de eventos literários?*
* *As editoras já estão organizando seus próprios eventos?*
* *As editoras participantes tem tido retornos promocionais ou financeiros na região que acontecem estes eventos?*
* *As regiões onde são organizados os eventos estudados, obtiveram resultados quanto a formação de futuros consumidores de literatura?*

Através do resultado deste cruzamento de dados, acredita-se que é possível responder o questionamento inicial desta pesquisa, que é o de abalizar os modelos de eventos literários existentes no Brasil e se, ou como, eles podem contribuir para a cadeia produtiva do livro.

**2 – REFERÊNCIAS**

Flick, U. (2005b), “Triangulation in Qualitative Research”, em Flick, U., E. V. Kardorff, e I. Steinke (eds.), A Companion to Qualitative Research, Sage, pp. 178-183

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade. 6a Edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

Sandelowski, M. (2000). Focus on Research Methods Combining Qualitative and Quantitative Sampling, Data Collection, and Analysis Techniques in Mixed-Method Studies. Research in Nursing & Health. 23, 246–255. John Wiley & Sons, Inc.

PublishNews, *2011.* Feiras de livro devem se espalhar pelo Brasil. Disponível em: [*http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=63847*](http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=63847)*, acessado em 01/07/2015.*