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**

**Sobre o Projeto:**

Como dito anteriormente, o projeto tem como base a produção artístico-literária, exigida na Linha IV – Edição, linguagem e tecnologia, tendo o objetivo de abalizar os modelos de eventos literários existentes no Brasil e se, ou como, eles podem contribuir para a cadeia produtiva do livro. 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. Um aumento considerável, visto que no primeiro levantamento do programa, os eventos registrados não passavam de 75.

**Coleta de dados**

A coleta de dados será dividida em duas partes, sendo a primeira voltada para a organização dos eventos literários, e a segunda voltada para o mercado editorial.

Para realizamos a primeira parte da coleta, será separada uma amostra para estudo, usando como base, os eventos literários cadastrados no “Circuito Nacional de Feiras de Livros” realizados pela Biblioteca Nacional, que se destaquem por terem características e abrangências distintas (Festa Literária ou Bienal) que tenham o mínimo de três edições realizadas.

Através de questionários semiestruturados aplicados nos responsáveis pelos eventos eleitos, o objetivo desta etapa é 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.

A segunda etapa é voltada para o mercado editorial, em especial as editoras. Será separada uma amostra, baseada no faturamento apresentado aos órgãos profissionais que regem o mercado editorial brasileiro (SNEL, CBL, etc.) de Editoras. A amostra será composta por 15 empresas divididas entre Grandes, Médias e Pequenas.

Novamente, através de questionários semiestruturados, aplicados nos responsáveis pelas empresas, ou nos funcionários ligados diretamente ao relacionamento entre as editoras e seus autores/eventos, o objetivo a frequência com que participam destes eventos e os resultados obtidos, principalmente em relação a vendas, promoção de autores e marcas/selos editoriais.