

# Organização de feiras de livros

3<sup>a</sup>  
edição

**Sônia Zanchetta**



ORGANIZAÇÃO DE  
FEIRAS DE LIVROS

Capa e Diagramação: Leandro Lima  
Revisão: Patrícia Aragão

Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida ou transmitida, por qualquer meio ou propósito, eletrônica ou mecanicamente, inclusive fotocópia, gravação ou por qualquer forma ou sistema de armazenamento e recuperação, sem a permissão, por escrito, do editor.

Z27o Zanchetta, Sônia  
Organização de feiras de livros / Sônia Zanchetta. 3.ed. – Porto Alegre : Câmara Rio-Grandense do Livro, 2010.

16x23 cm. ; 72 p. ; il.  
ISBN 978-85-98891-03-3

1. Organização de eventos. 2. Feira de livro. I. Título.

CDU 061.43:002

Catálogo na publicação: Leandro Augusto dos Santos Lima – CRB 10/1273

Câmara Rio-Grandense do Livro  
Praça Osvaldo Cruz, 15 – sala 1708  
90030-160 – Porto Alegre – RS  
(51) 3286.4517  
[www.camaradolivro.com.br](http://www.camaradolivro.com.br)  
[camara@camaradolivro.com.br](mailto:camara@camaradolivro.com.br)

SÔNIA ZANCHETTA

# ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS DE LIVROS

3ª edição



Câmara  
do Livro

Porto Alegre, 2010



# Sumário

Apresentação / 7
Projeto / 9
Institucionalização da Feira / 24
Nome da Feira / 27
Temas Centrais da Feira / 27
<i>Slogan</i> da Feira / 27
Campanha Publicitária / 28
Captação de Patrocínios e Apoios / 29
Equipe / 33
Infraestrutura / 33
Finanças / 35
O Patrono / 35
Expositores e Vendas / 37
Áreas da Feira / 44
Programação Cultural / 48
Atividades Prévias e Posteriores / 58
Políticas e Programas de Leitura / 59
Divulgação Direta / 63
Prêmios e Concursos / 64
Assessoria de Imprensa / 64
Cerimonial e Protocolo / 65
Sistema de Informações / 66
Memória da Feira / 66
Avaliação do Projeto / 66
Balanço da Feira / 69
Os Mais Vendidos / 70



# Apresentação

O Rio Grande do Sul é o estado brasileiro em que mais se realizam feiras de livros. Em 2009, só as municipais já eram cerca de 110, sem contar as promovidas por escolas, clubes sociais e de serviço, entre outras entidades que também as incluem em seu calendário cultural.

A primeira foi a Feira do Livro de Porto Alegre – FLPA, que se inspirou em um evento que se realizava na Cinelândia, no Rio de Janeiro, na década de 50, do qual o jornalista Say Marques trouxe notícias aos livreiros locais, entusiasmando-os a promoverem algo semelhante com o apoio dos Diários Associados, que dirigia no Estado. É o mais antigo evento do gênero realizado em caráter contínuo no Brasil, o mais concorrido e o terceiro em importância e, ainda, a maior feira do livro promovida ao ar livre na América.

A seção gaúcha da Câmara Brasileira do Livro, encarregada de promover a Feira, deu origem à Câmara Rio-Grandense do Livro (CRL), e essa, de maneira natural, passou a acolher, ao longo dos anos, pedidos de orientação de prefeituras e outros interessados em realizar eventos similares, tanto do RS como de outros estados.

A fim de compartilhar de maneira sistemática a experiência acumulada na área, a CRL editou a obra *Organização de feiras de livros* – de autoria de Sônia Zanchetta, membro da comissão executiva da FLPA –, que reaparece, agora, em sua terceira edição, revista e ampliada.

De forma acessível, este livro aborda os vários aspectos que envolvem a elaboração e a execução de um projeto de feira municipal de livros, o qual, guardadas as devidas proporções, pode ser adaptado para a produção de eventos de menor porte em escolas ou em outras entidades.



# Projeto

A base do êxito de uma feira de livros, como de qualquer evento, é o planejamento, mas é um equívoco imaginar que uma só pessoa possa “escrever” um projeto consistente. A redação do projeto é apenas uma e a última das etapas de sua elaboração.

O projeto deve ser concebido coletivamente e, a não ser que se trate de evento que se realiza pela primeira vez, esta concepção deve se dar a partir de uma profunda e corajosa avaliação a respeito de sua edição anterior. Entre os dados a serem analisados, destacam-se a clipagem das matérias publicadas pela mídia, a cobertura fotográfica, as pesquisas realizadas entre expositores e visitantes, as opiniões de patrocinadores, apoiadores e outros parceiros, a avaliação pessoal de cada membro da equipe, o material gráfico produzido, a programação realizada e os resultados obtidos tendo em vista as metas e os objetivos estabelecidos.

O projeto é indispensável para que se possa obter autorização para a captação de patrocínios sob o respaldo das Leis de Incentivo à Cultura e para acessar outras fontes de recursos públicos, privados ou do terceiro setor.

Entretanto, mais do que isso, o projeto deve nortear cada etapa da organização e realização da feira, incluindo sua desmontagem, e só estará concluído quando a prestação de contas estiver aprovada pelas fontes de financiamento. Embora seja elaborado para ser seguido passo a passo, é indispensável que o projeto conte com um sistema efetivo de monitoramento, que permita a tomada de decisões rápida, sempre que se constate que são necessárias para garantir ou aperfeiçoar sua performance.

Para elaborar um projeto básico, devem-se buscar respostas para as seguintes perguntas:

Por quê? Justificativa

Para quê? Objetivos e metas

Para quem? Público-alvo

O quê? Perfil do projeto

Quem? Realizadores/parceiros

Onde? Local

Quando? Período de realização

Como? Plano de ação

Quanto? Orçamento.

Com que recursos? Financiamento

Obs.: caso se decida captar quotas de patrocínio sob o respaldo da Lei Nacional de Apoio à Cultura – *Lei Rouanet*, ou da Lei Estadual de Incentivo à Cultura – LIC, do Rio Grande do Sul, será necessário realizar o projeto básico de

acordo com formulários específicos para apresentação ao Programa Nacional de Apoio à Cultura – Pronac, do Ministério da Cultura ([www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)), no primeiro caso, ou à Coordenação da Lei Estadual de Incentivo à Cultura ([www.lic.rs.gov.br](http://www.lic.rs.gov.br)), no segundo.

## **POR QUÊ?**

### **Justificativa**

É preciso analisar cuidadosamente a validade do projeto, ou seja, as razões que justificam sua realização. Ao fazê-lo, é possível que se conclua que há formas mais econômicas e efetivas de alcançar os objetivos pretendidos.

Há municípios em que a feira de livro é promovida pela Secretaria da Educação, sem a interferência da pasta da Cultura, à qual cabe a promoção da leitura na comunidade extraescolar. Nesses casos, é frequente que a comissão organizadora formate a programação com foco apenas em alunos e educadores e não se preocupe em instruir os expositores para que ofertem livros para todas as faixas etárias e tipos de interesse. E, o que é pior, não é raro que os encontros com autores e outras atividades se destinem apenas à rede municipal do ensino.

Se não se pretende dar ao evento a abrangência que pressupõe uma feira de livros de caráter municipal e se o objetivo central é apenas o de promover a leitura entre os alunos das escolas municipais, talvez seja o caso de se realizar outro tipo de evento literário, e não uma feira, pois as feiras são, em essência, eventos voltados à comercialização de uma ampla gama de produtos a preços promocionais. Assim, as atividades poderiam ser promovidas em uma ou mais escolas, canalizando-se os recursos usualmente destinados à infraestrutura da feira para a compra de livros a serem lidos na etapa prévia aos encontros com autores.

A feira é plenamente justificável, sobretudo no caso de municípios que não dispõem de livraria ou de biblioteca pública ou em que, mesmo havendo biblioteca, essa funcione em condições precárias. Ocorre que, por falta de uma política municipal para o livro e a leitura, não são raros os municípios cujas bibliotecas municipais não estão informatizadas, carecem de espaços planejados para acolher os leitores e operam com pessoal improvisado e acervo limitado e obsoleto, sem contar com dotação orçamentária para sua renovação e qualificação.

Em muitos municípios gaúchos, o baixo poder aquisitivo, o reduzido índice de escolaridade e a falta de valorização do livro no imaginário popular fazem com que dificilmente o mesmo seja contemplado no orçamento mensal das famílias. Nessas localidades, também há razões para que se realize uma feira de livros, mesmo que existam livrarias e bibliotecas em condições adequadas, pelo impacto que pode ter no comportamento leitor da comunidade.

Os órgãos dos quais depende a concessão de recursos ou de benefícios fiscais para a viabilização de eventos culturais atribuem grande importância à justificativa

dos projetos. Entre os critérios considerados, na avaliação do mérito de projetos apresentados ao Conselho Estadual da Cultura, a fim de que se obtenha autorização para captar patrocínios sob o respaldo da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, tem grande peso a justificativa com relação ao desenvolvimento cultural do Estado e sua importância para a sociedade. Dessa maneira, tendem a ter mais chances de ser aprovados os projetos de feiras de livros que se realizam em espaço público, democratizando o acesso ao livro e à leitura; têm ampla área de abrangência e caráter descentralizador; e cuja programação tem efeito multiplicador no que se refere à promoção da leitura. Conta, ainda, o fato de o projeto oferecer espaço para a difusão do trabalho de autores, artistas e intelectuais da região.

## **PARA QUÊ?**

### **Objetivos**

Os objetivos de um projeto devem ser claros e exequíveis.

O objetivo de popularizar o livro, que moveu os fundadores da FLPA, em 1955, segue válido até hoje. Naquele momento, as livrarias eram vistas como estabelecimentos elitistas. Poucos assalariados as frequentavam, a não ser na época de compra do material escolar de seus filhos, no início do ano letivo.

Nessas ocasiões, eram atendidos por funcionários sisudos, que, postados atrás de balcões, indicavam-lhes os livros, colocados em estantes situadas ainda mais ao fundo, que não raro vinham com as páginas pegadas, o que dificultava seu manuseio. Nasceu, assim, a primeira edição da feira, na Praça da Alfândega, um dos pontos de maior circulação de pedestres da cidade, e, para estimular a compra, foi instituído desconto obrigatório sobre o preço de capa dos livros. O lema era: “Se o povo não vem à livraria, vamos levar a livraria ao povo”.

Desde então, muitas coisas mudaram. O layout das livrarias passou a ser concebido de forma a induzir o cliente a circular livremente entre os expositores, examinando e até folheando os livros de seu interesse, e o índice de leitura per capita do gaúcho aumentou significativamente.

Segundo a pesquisa Retrato da Leitura no Brasil, encomendada pelo Instituto Pró-Livro – fundado pela Câmara Brasileira do Livro em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros e a Associação Brasileira de Editores de Livros – e executada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) sob a coordenação do Observatório do Livro e da Leitura, entre novembro e dezembro de 2007, o gaúcho lê em média 5,5 livros por ano. Esse é o índice mais elevado registrado no país, embora ainda seja baixo se comparado aos da maioria dos países desenvolvidos.

Portanto, a popularização do livro, que foi o mote dos fundadores da FLPA, segue sendo o objetivo prioritário do evento, mas, ao longo dos anos, foram agregados outros mais específicos, tais como:

- Promover a valorização do livro e da leitura no imaginário popular, mediante ampla estratégia de comunicação que envolva campanha publicitária, contratação de assessoria de imprensa especializada, criação de site e produção de elementos de programação visual, peças gráficas e outros materiais promocionais.
- Disponibilizar para o público em geral, a preços reduzidos, milhares de títulos dos mais diversos gêneros de livros, editados no Brasil e no exterior, em formato tradicional ou em suas variações eletrônicas.
- Oferecer ampla e qualificada programação cultural, de entrada gratuita, de interesse para todas as faixas etárias e todos os segmentos da população, com enfoque especial nas questões relacionadas com o livro e a leitura.
- Promover a leitura e, subsidiariamente, a escrita e a expressão oral, mediante a realização de atividades práticas como oficinas e concursos.
- Dar visibilidade a ações relevantes de promoção da escrita, da leitura e da expressão oral, na escola e na comunidade, oportunizando a troca de experiências com vistas a sua proliferação e qualificação.
- Contribuir para a capacitação de professores, bibliotecários, pais e outros interessados na mediação da leitura.
- Desenvolver programa pedagógico, que envolva, entre outras atividades, encontros de escritores, em escolas, na etapa prévia e durante a feira, com alunos, educadores e outros membros da comunidade escolar, após a leitura de obras de sua autoria.
- Promover, em parceria com órgãos públicos e privados especializados, o turismo cultural, atraindo a Porto Alegre caravanas de estudantes e professores de todos os níveis de ensino, assim como outros públicos de fora da cidade, para que visitem a feira e outros eventos ou espaços culturais.
- Promover o intercâmbio cultural e editorial com os países e estados brasileiros representados na feira.
- Estimular e difundir a produção artística, literária, cultural, intelectual e editorial do Estado.
- Estabelecer parcerias com governos, editoras, entidades educacionais, culturais, sociais, de classe e outras com vistas à formatação, realização e divulgação de atividades na feira, que possam, na medida do possível, ter desdobramentos durante o ano.
- Oferecer a escritores nacionais e estrangeiros, consagrados ou iniciantes, a oportunidade de participarem das sessões de autógrafos da feira.
- Colaborar para a inclusão social e buscar a acessibilidade universal no recinto da feira.
- Formar plateia para atividades culturais.

- Revitalizar o setor livreiro gaúcho, oportunizando a edição e comercialização de livros em escala industrial, com a consequente redução do preço de capa.

### **Prioridades do Plano Nacional do Livro e da Leitura**

É importante que sejam considerados, nos objetivos da feira, os eixos prioritários do PNLL:

- a) democratização do acesso;
- b) fomento à leitura e à formação de mediadores;
- c) valorização da leitura e da comunicação;
- d) apoio à Economia do Livro.

### **Metas**

As metas nada mais são que objetivos quantificáveis, que devem ser estabelecidos, entre outros motivos, para que se possam avaliar posteriormente os resultados do projeto, tendo em vista a impossibilidade de se medir com precisão o alcance dos demais objetivos propostos.

Ao fixar as metas que se pretende atingir, é importante especificar a unidade de medida considerada. Por exemplo:

<b>Meta</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Unidade</b>
Público	50.000	Pessoas
Vendas	25.000	Livros
Expositores	15	Barracas
Patrocinadores	2	Empresas
Área ocupada	800	M <sup>2</sup>
Espectáculos artísticos	17	Apresentações
Encontros com autores	12	Encontros

É preciso saber dimensionar o tamanho da feira. Um equívoco frequente é o de receber inscrições de um número excessivo de expositores, o que tende a frustrar suas expectativas de venda e a inibir sua participação em edições futuras

do evento. No entanto, os organizadores incorrem nesse erro com muita frequência. Premidos pela necessidade de captar recursos, diante da ausência ou insuficiência de dotação orçamentária específica e/ou de patrocínios, tratam de viabilizar financeiramente o evento através das taxas de inscrição de todos os livreiros interessados e não do número ideal. Em outras ocasiões, o que leva ao número excessivo de livreiros, é a intenção de demonstrar ao público que houve uma evolução do evento em relação a sua edição anterior.

Ocorre, também, amiúde, o superdimensionamento do recinto da feira, o que a torna pouco acolhedora, e da programação, o que faz com que seja difícil mobilizar público para todas as atividades.

Também é comum que, cedendo a pressões da mídia, os organizadores exagerem os números relativos ao público e às vendas. Uma boa solução é deixar a estimativa do público a cargo da Brigada Militar, que tem ampla experiência e credibilidade nesse campo.

No que se refere à comercialização de livros, recomenda-se que se realize, diariamente, antes do encerramento da feira, levantamento das vendas efetuadas pelos expositores.

A grandeza de uma feira de livros não depende de seu tamanho, mas das marcas permanentes que pode deixar no público quanto à formação do hábito da leitura. Seu crescimento deve ocorrer de maneira natural, como decorrência de sua contínua qualificação.

Se nos empenharmos em produzir eventos eficientes, não obstante seu pequeno porte, com infraestrutura adequada, programação e oferta de livros ampla e variada, certamente teremos cada vez mais público e maior venda.

## **PARA QUEM?**

### **Público-alvo**

Em função do público-alvo da feira, são definidos outros aspectos: local, período de realização, ambientação, atrações, livros a serem oferecidos pelos expositores, etc. Por exemplo: se a feira se destina ao público infantil, é importante que se trate de criar um ambiente alegre e descontraído, de promover espetáculos artísticos e outras atividades de interesse para crianças e de disponibilizar ampla oferta de livros para essa faixa etária.

Caso se destine ao meio universitário, deve-se convidar, entre outros, editores de livros técnicos e acadêmicos para que participem como expositores e, na medida do possível, promover seminários e outros encontros com temas de interesse desse público, eventualmente com caráter de cursos de extensão universitária e a correspondente certificação.

## O QUÊ?

### **Perfil da feira**

É importante que se defina o tipo de feira que se pretende realizar, considerando-se, entre outras questões, as seguintes:

*Quanto a sua abrangência*, a feira pode ser internacional, nacional, regional, municipal, do bairro, do clube, da escola, etc.

*Quanto aos tipos de livros oferecidos*, pode ser geral ou especializada (livros infantis, técnicos, didáticos, religiosos, acadêmicos, usados, etc.). O nível de especialização vai depender do contexto. Pode-se, por exemplo, promover feira de livros de Comunicação paralelamente a congresso sobre o tema.

*Quanto às vendas*, a maioria das feiras são abertas ao público em geral ou a determinadas comunidades, mas há as chamadas feiras de negócios, nas quais os expositores vendem somente ou prioritariamente para distribuidores e livreiros, além de serem negociados direitos entre autores ou seus agentes com editores, para a publicação ou tradução de obras, assim como versão para cinema ou teatro. Estas últimas costumam ser realizadas em centros de eventos, com cobrança de entrada ao público.

*Quanto à periodicidade*, as feiras podem ser bienais, anuais, etc.

## QUEM?

### **Promotores e parceiros**

As feiras municipais de livros gaúchas são, em sua maioria, realizadas por Secretarias de Educação e/ou Cultura ou através de parcerias dessas pastas com universidades, bibliotecas, escolas, clubes de serviço (Rotary Club, Lions Clube, etc.), associações de livreiros ou outras entidades.

No entanto, dezenas delas, em grande parte focadas no público infantil, são promovidas pelo Serviço Social do Comércio – Sesc/RS em articulação com editores, livreiros e entidades culturais e educacionais, entre outras.

E há, ainda, o caso da Feira Três-Passense do Livro – Fetreli, realizada desde 1973 pelo Colégio Ipiranga, da Rede Sinodal, de Três Passos, com o apoio da Prefeitura Municipal e de outras entidades. Trata-se da mais antiga feira de livros realizada em caráter contínuo no interior do RS, pois, embora a Feira de Pelotas tenha sido criada em 1960, foi interrompida em 1964, voltando a acontecer apenas em 1978.

O Serviço Social da Indústria – Sesi/RS é outra entidade que se envolve intensamente com as feiras de livros, através de seu Centro Cultural Móvel, equipado com amplo acervo de livros, computadores, sala de revistas, telão e data show.

Em qualquer dos casos, é importante que se constitua uma Comissão Organizadora da feira com representantes das principais entidades ou áreas

envolvidas (Secretarias da Educação, da Cultura e do Turismo, Associação de Livreiros, Associação de Amigos da Biblioteca Pública Municipal, etc.).

Sendo a Cultura e a Educação questões indissociáveis, é fundamental que as secretarias encarregadas dessas áreas trabalhem em conjunto tanto na organização como na realização da feira. Ambas são essenciais para a mobilização da comunidade, uma das questões cruciais para o êxito do evento, pois, enquanto a Secretaria da Educação tem ingerência direta sobre as escolas, a da Cultura tem maior acesso ao público extraescolar. Além disso, a organização de uma feira municipal do livro requer uma equipe multidisciplinar. Portanto, faz-se necessária a participação de vários outros setores da Prefeitura (Secretarias de Obras, Comunicação, Fazenda, Turismo, Transportes, etc.).

A experiência tem demonstrado que o êxito da feira depende de sua capacidade de mobilizar os mais variados segmentos da sociedade. Se representantes de diversos grupos e entidades forem considerados, no momento da formatação da programação, permitindo-se que aportem sugestões, será natural seu comprometimento na mobilização de seus respectivos públicos e na realização das atividades programadas.

Comissões organizadoras demasiado numerosas costumam ser pouco ágeis na tomada de decisões, sendo, portanto, recomendável que o número de seus membros não seja superior a oito. As atribuições de cada membro devem estar muito claras, contemplando, no mínimo, as seguintes áreas: Finanças, Infraestrutura, Programação e Comunicação.

Nem todas as entidades que apoiam o evento necessitam estar representadas na Comissão Organizadora, mas é importante que se definam de comum acordo as questões relacionadas com sua participação, registrando-as por escrito, de preferência sob a forma de convênios.

Cabem à Comissão Organizadora todas as decisões relativas ao projeto, que poderá contar, para sua execução, com Comissão Executiva ou equipe de produção.

A experiência tem demonstrado a importância de se contar com um coordenador-geral da feira, que tenha as seguintes atribuições básicas:

- Acompanhar o desenvolvimento do plano de ação, assim como a execução do cronograma e do orçamento.
- Zelar pelo perfeito encaminhamento das decisões tomadas nas reuniões da Comissão Organizadora.
- Estabelecer inter-relação e fazer circular a informação entre as diversas áreas.
- Servir de canal entre as diversas áreas e a imprensa, seja de forma direta ou por meio de assessoria específica.
- Definir, em conjunto com os responsáveis de cada área, sistema de arquivo geral da feira, acessível a todos.

– Dirimir eventuais divergências quanto a atribuições e competências.

Quanto às entidades parceiras, que podem colaborar efetivamente na formatação, realização e divulgação das diversas atividades, é importante que sua participação seja definida, de comum acordo, com a Comissão Organizadora, e que sejam firmados convênios ou termos de compromisso em que fiquem claros os bens ou serviços que aportarão e as contrapartidas que serão oferecidas.

Na FLPA, há regras claras para a participação desses apoiadores culturais, que são mais de uma centena atualmente. No caso de empresas e entidades interessadas em oferecer atrações extras ao público, em seu estande ou em outro espaço do recinto da Feira, a Comissão Organizadora se reserva o direito de avaliar sua qualidade, adequação aos objetivos do projeto e complementaridade às demais atividades programadas e, em caso algum, abre mão de sua responsabilidade quanto à coordenação e à supervisão geral do evento.

## ONDE?

### Local escolhido

A escolha do local é de vital importância para garantir o público e o êxito da feira.

Embora haja feiras realizadas em centros de exposições ou em outros ambientes fechados, no Rio Grande do Sul a maioria das feiras municipais ocorre em espaço público com intenso fluxo de pedestres (praça, leito de rua, estacionamento aberto, etc.). Em Gramado, por exemplo, a feira ocorre na Rua Coberta, um espaço funcional e estrategicamente localizado no centro da cidade.

É importante considerar, ainda, os seguintes aspectos: facilidade de acesso e de estacionamento, disponibilidade de espaço para acolher a infraestrutura da feira



A FLPA ocorre, desde 1955, na Praça da Alfândega, e, nos últimos tempos, passou a ocupar também trechos de ruas do entorno, espaços de entidades culturais situadas na Praça e em suas adjacências e a área central do Cais do Porto.

e permitir a circulação do público, proximidade de sanitários, restaurantes e outras comodidades.

Dependendo do porte do evento, é preciso locar sanitários químicos para atender a demanda do público. E, eventualmente, faz-se necessário solicitar reforço de carga à distribuidora de energia elétrica da região ou locar gerador.

## **QUANDO?**

### **Período de realização**

Desde sua primeira edição, a FLPA realiza-se da última sexta-feira de outubro ao segundo domingo de novembro, estendendo-se até a segunda-feira ou a terça-feira quando o feriado de 15 de novembro cai em um desses dias.

Essa regularidade e o fato de ocorrer, sempre, no mesmo local, tornam mais fácil sua divulgação e é habitual que caiam as vendas, nas livrarias, na medida em que a feira se aproxima, pois os gaúchos sabem a data em que começará antes mesmo de ser lançada a campanha publicitária. Assim como no caso de Porto Alegre, várias outras feiras de livros coincidem com a época de pagamento dos salários, fator importante para garantir o bom nível de vendas.

Pretendendo-se contar com visitação escolar expressiva, a feira não deve ser realizada nos primeiros dias de aula, tendo em vista o tempo necessário para se desenvolver um programa pedagógico em conjunto com as escolas. O ideal é que aconteça como ponto culminante de um trabalho sério e permanente de promoção da leitura, que envolva a escola e a comunidade. Contudo, há feiras que funcionam muito bem fora do ano letivo. É o caso das realizadas nas cidades turísticas da serra, no inverno, e nas praias, durante o veraneio.

Os aspectos climáticos também devem ser tomados em conta. Resulta contraproducente, por exemplo, realizar feiras em épocas em que habitualmente chove muito, pois, mesmo havendo a possibilidade de se utilizar cobertura de lona, é natural que diminua a visitação, o que costuma ocorrer, também, quando há excessivo frio, vento ou calor.

Em cada município, há um melhor período para se realizar a feira, considerando-se o clima, a afluência de turistas, a época em que a população dispõe de mais recursos (quando se comercializam as safras agrícolas, por exemplo), entre outros fatores. Embora alguns municípios realizem a feira, paralelamente ou no âmbito de eventos maiores, como exposições comerciais, festivais ou rodeios, isso tende a diminuir sua visibilidade.

### **Horário**

A maioria das feiras gaúchas funciona da manhã à noite, para que a visitação escolar possa ocorrer nos três turnos, como na Área Infantil e Juvenil da FLPA, evento no qual as áreas Geral e Internacional têm horário diferenciado (12h30min às 21h).

Em Porto Alegre o horário de abertura é bastante rígido, não se admitindo que qualquer expositor abra seu posto de venda antecipadamente ou com atraso. No entanto, em dias de grande movimento, a comissão organizadora pode deliberar que o horário de encerramento da feira seja estendido. Nesses casos, é anunciado, antecipadamente, pela Voz do Poste (serviço de locução da feira), o horário em que todas as barracas das áreas Geral e Infantil e Juvenil e os estandes da Área Internacional deverão fechar.

## COMO?

### Plano de ação

Tendo-se definido o tipo de feira que se pretende realizar, os objetivos e as metas a ser alcançados, o público a que se destina, seu local, período de realização e os parceiros do projeto, faz-se necessário definir, em conjunto, o plano de ação e seu respectivo cronograma, detalhando-se as tarefas que implicarão a elaboração e a execução do projeto.

A organização de uma feira de livros requer, além de recursos financeiros e humanos, o tempo necessário para que se desenvolvam as várias etapas do projeto: concepção e elaboração, estabelecimento de parcerias, captação de patrocínios, inscrição dos expositores, definição da programação, contratação de autores e artistas, contratação e montagem da infraestrutura, etc.

Segue um modelo de plano de ação hipotético que pode ser adaptado para qualquer caso:

<b>Ações previstas</b>	<b>Período</b>
Constituição da Comissão Organizadora	01/10/10
Elaboração do projeto básico	15/10/10 - 30/10/10
Enquadramento e tramitação do projeto com vistas à captação de recursos sob o respaldo das Leis de Incentivo à Cultura estadual e nacional e outras fontes	15/12/10 - 15/03/11
Criação da campanha publicitária	01/01/11 - 15/01/11
Elaboração de projeto para venda aos patrocinadores	16/01/11 - 30/01/11
Venda do projeto e assinatura de contratos com patrocinadores	01/02/11 - 31/03/11
Contratação da equipe de produção e de assessorias externas	01/04/11 - 10/04/11
Contatos com entidades sociais, de classe e outras com vistas a viabilizar a programação paralela	12/04/11 - 30/04/11

<b>Ações previstas</b>	<b>Período</b>
Contatos com fornecedores, tomadas de preços, criação de peças gráficas e de material promocional, confecção de uniformes para a equipe, contratação de empresas especializadas em montagem de estandes, programação visual, transporte, iluminação, sonorização, etc.	01/04/11 - 30/04/11
Contratação de autores, especialistas, artistas e oficineiros	01/04/11 - 30/04/11
Contatos com secretarias de educação e com escolas com vistas à implementação de programa pedagógico na etapa prévia da feira.	12/04/11 - 27/05/11
Montagem da feira	20/05/11 - 17/05/11
Solenidade de abertura	28/5/11
Realização do evento	28/05/11 - 11/06/11
Desmontagem	12/06/11 - 18/06/11
Avaliação da feira	22/07/11 - 30/07/11
Relatório final e prestação de contas	31/07/11 - 05/08/11

## **QUANTO?**

### **Orçamento**

É fundamental prever, com a devida antecipação, todos os gastos que implicará a execução do projeto.

No quadro a seguir, consta modelo de orçamento com os itens que geralmente são considerados na elaboração de projeto de feira de livros de médio porte. Naturalmente, devem ser feitas as devidas adequações, considerando-se as peculiaridades e o porte de cada evento.

A execução do orçamento deve dar-se da maneira mais criteriosa possível, evitando-se, sob qualquer pretexto, extrapolar as verbas alocadas para cada item. Vale recordar que muitos eventos aparentemente fadados ao sucesso não logram assegurar sua continuidade ao não serem honrados os compromissos assumidos.

Após o encerramento da feira, o encarregado da área financeira deve elaborar prestação de contas, sujeita à aprovação da Comissão Organizadora, para encaminhamento aos órgãos competentes, conforme o caso: Prefeitura, Programa Nacional de Apoio à Cultura, Coordenação da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, etc.

Para demonstrar a correção e transparência na utilização dos recursos captados e assegurar a participação dos patrocinadores em futuras edições da feira, é recomendável submeter a sua apreciação versão sintética da prestação de contas,

bem como a clipagem das matérias publicadas pela imprensa, fotos, vídeo, relatório da Comissão Organizadora, exemplares das peças gráficas produzidas e qualquer outro material que se julgue relevante para que se possa avaliar o retorno obtido por seu investimento.

### Modelo de orçamento

Item	Descrição	Quant.	Tempo	V. Unit.	Total	Realizado
1	<b>Pessoal</b>					
	Produtores					
	Assistente de produção					
	Auxiliares					
	Tíquetes-alimentação					
	Vale-transporte					
	Impostos					
	TOTAL PESSOAL					
2	<b>Instalações</b>					
	Cobertura					
	Palco					
	Sonorização					
	Iluminação					
	Barracas ou estandes					
	Material de montagem					
	Programação visual					
	Fretes					
	Segurança					
	TOTAL INSTALAÇÕES					
3	<b>Programação</b>					
	Cachês de autores					
	Cachês artistas					
	Contratação de serviço sonorização e ilumin.					
	Hospedagem					
	Alimentação					
	Transporte					

Item	Descrição	Quant.	Tempo	V. Unit.	Total	Realizado
	Ecad					
	Solenidade de abertura					
	<b>TOTAL PROGRAMAÇÃO</b>					
4	<b>Divulgação</b>					
	Site					
	Cartazes					
	Marcadores de páginas					
	Fôlderes de programação					
	Convites					
	Mídia					
	<b>TOTAL DIVULGAÇÃO</b>					
5	<b>Assessorias externas</b>					
	Imprensa					
	Contabilidade					
	Publicidade					
	<b>TOTAL ASSESSORIAS EXTERNAS</b>					
6	<b>Custos Administrativos</b>					
	Telefone/Fax					
	Material de consumo					
	Correios					
	<b>TOTAL CUSTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
	<b>VALOR TOTAL DO PROJETO</b>					

### COM QUE RECURSOS?

#### Financiamento

Os recursos para financiar o orçamento podem provir de uma ou mais das seguintes fontes:

- Taxas de inscrição pagas pelos expositores.
- Quotas de patrocínio ou apoio captadas sob o amparo da Lei Nacional de Apoio à Cultura, que permite a dedução de parte do valor do patrocínio do Imposto de Renda a pagar.
- Quotas de patrocínio ou apoio captadas sob o amparo da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, que permite a dedução de parte do patrocínio do ICMS – Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços a pagar.
- Quotas de patrocínio ou apoio captadas sob o amparo de Lei Municipal de Incentivo à Cultura, no caso dos municípios que permitem a dedução de parte do valor investido de tributos municipais a serem recolhidos.
- Quotas de patrocínio ou apoio não incentivadas (sem direito a incentivos fiscais).
- Receitas geradas pela comercialização de peças promocionais, como camisetas, sacolas, etc.
- Recursos originários de fundos de promoção à Cultura mantidos por prefeituras ou outras entidades.
- Recursos próprios do organizador (dotação orçamentária da Prefeitura, por exemplo).

Tratando-se de projeto incentivado, a captação dos recursos tem de ser feita com muita antecedência, pois as empresas de grande porte, que têm condições de investir em projetos culturais sob o respaldo das Leis de Incentivo à Cultura, costumam elaborar seus planos anuais no máximo em dezembro do ano anterior. Portanto, é perda de tempo contatá-las posteriormente.

As empresas estão cada vez mais conscientes de que os investimentos em marketing cultural devem gerar ganho de imagem e impacto socioeconômico significativo para o município ou a região. E, assim, optam por apoiar os projetos mais consistentes e que oferecem maior visibilidade dentre os que lhes são apresentados.

Na maioria dos municípios assessorados pela CRL, os secretários de Educação e da Cultura, e não raro o próprio prefeito, envolvem-se na captação de recursos ou tratam de apoiá-la, o que sempre é mais fácil quando existe uma parceria sólida com o empresariado, construída no dia a dia.

Independentemente da possibilidade de se captar patrocínios, é da maior importância que haja dotação orçamentária específica para a feira. Alguns municípios têm incorrido no erro de depender exclusivamente das taxas de inscrição pagas pelos expositores, para realizar a feira, e, às vezes, a premência por esses recursos torna-se tão grave que os leva a aceitar um número de livreiros superior ao ideal, frustrando suas expectativas de venda e pondo em risco a qualidade e continuidade da mostra.

## Institucionalização da Feira

Ao acompanhar a história das feiras de livro gaúchas, percebe-se que muitos desses eventos, embora antigos, jamais se consolidaram. Sua realização está sujeita a altos e baixos e até a interrupções, em função da maior ou menor importância que lhes é atribuída pelos governos de turno. É frequente, também, que não haja época ou local definidos, nem previsão de recursos orçamentários para sua realização.

O ideal, portanto, é que os organizadores tratem de que essas feiras sejam institucionalizadas, através de lei municipal proposta pelo Executivo, e inseridas no Calendário de Eventos do Município e que, a médio prazo, seja elaborado o Plano Municipal do Livro e da Leitura.

### **Plano Municipal do Livro e da Leitura**

Tendo como prioridade transformar a qualidade da capacidade leitora do Brasil e trazer a leitura para o dia a dia do brasileiro, foi lançado o Plano Nacional do Livro e da Leitura, a partir de um amplo debate com a sociedade, em todas as regiões do País, sob a coordenação do Ministério da Cultura. Entre suas metas está o fomento à criação e implementação de planos estaduais e municipais do livro e da leitura.

A expectativa é que tais planos, que devem agrupar programas, projetos, eventos e ações desenvolvidos nos estados e municípios na área da promoção da leitura, tenham caráter permanente e sejam assumidos pelos sucessivos governos, pelos parlamentares e pela sociedade civil como patrimônio e compromisso de todos, independentemente de questões partidárias ou corporativistas.

Nesse contexto, a feira deve estar inserida no PMLL, que consubstancia a política municipal do livro e da leitura, instituída através de projeto de lei encaminhado à Câmara de Vereadores, ou pela publicação de decreto do Executivo.

Saiba mais no site + Livro + Leitura nos Estados e Municípios: <http://189.14.105.200/>

Além de estabelecer o local e o período do ano em que se realizará a feira, quem a promoverá e que tipos de atividades serão oferecidas ao público, a lei deve prever, entre outras questões, dotação orçamentária específica para a viabilização do evento e definir a rubrica da qual sairão esses recursos e, se possível, o índice a ser utilizado para sua atualização anual.

Em vários municípios gaúchos, está prevista, no orçamento da feira, a aquisição de livros para bibliotecas públicas e escolares durante o evento e, em alguns deles, a produção e distribuição de bônus-livro entre alunos, educadores e/ou bibliotecas escolares.

Quando se decidiu criar a Feira do Livro de Alvorada, a primeira providência adotada foi a elaboração do projeto de lei correspondente e, antes que começasse sua organização, o Executivo nomeou, através de portaria, os representantes das diversas secretarias e áreas da Prefeitura que integrariam a Comissão Organizadora.

Em Pelotas, além de ter sido promulgada a Lei 5.501, de 11/09/2008, que oficializa a feira do livro, a Secretaria Municipal de Qualidade Ambiental expediu, em 05/09/2008, autorização para a realização do evento na Praça Coronel Pedro Osório, definindo, entre outras questões, a área que pode ser ocupada para a instalação da infraestrutura e os cuidados a serem tomados com relação à preservação do meio ambiente, incluindo os níveis de poluição que serão tolerados.

Em São Leopoldo, a feira do livro foi institucionalizada no âmbito da Lei 6.195/07, que estabeleceu a Política Municipal para o Livro.

### **LEI Nº 6.195, DE 23 DE ABRIL DE 2007**

*Dispõe sobre a instituição de uma política municipal para o livro no município de São Leopoldo e dá outras providências.*

**ARY JOSÉ VANAZZI**, prefeito municipal de São Leopoldo, faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono e promulgo a seguinte Lei:

Art. 1º A política municipal do livro é instituída por esta Lei a partir das diretrizes a seguir:

I – obedecendo às disposições desta lei, objetiva-se: a formação de uma sociedade leitora; dinamizar a democratização do acesso ao livro e seu uso mais amplo como meio principal na difusão da Cultura e transmissão do conhecimento, fomento da pesquisa social e científica, conservação do patrimônio cultural do município e melhoramento da qualidade de vida;

II – estimular a produção literária de São Leopoldo através de concursos de romance, conto, crônica e poesia;

III – instituir a Feira do Livro Ramiro Frota Barcelos como evento do calendário oficial de difusão do livro da cidade;

IV – criar e instalar bibliotecas ramais e salas de leitura nas oito regiões do município com recursos do orçamento municipal e em parceria com a iniciativa privada;

V – converter o município de São Leopoldo em centro de difusão do livro para toda a região;

VI – preservar o patrimônio literário, bibliográfico e documental do município;

VII – apoiar as instituições de qualquer natureza que defendam a difusão do livro e da leitura;

VIII – estimular a produção e a circulação do livro no município e na região;

IX – estimular a abertura de livrarias e postos de vendas para livros;

X – desenvolver programas de estímulo à leitura através de todas as secretarias e coordenadorias, envolvendo funcionários e familiares;

XI – apoiar iniciativas das entidades associativas e culturais que objetivem a divulgação do livro.

Art. 2º O dia 23 de abril, instituído como “Dia Mundial do Livro e da Leitura”, será comemorado em todas as bibliotecas e escolas públicas e privadas de São Leopoldo.

Art. 3º O Poder Executivo Municipal deverá consignar em seu orçamento verbas destinadas às bibliotecas sob sua jurisdição para aquisição de livros e de outros produtos editoriais, incluídas obras em Sistema Braille.

Parágrafo Único – Esta seleção será feita através de sugestões oriundas dos responsáveis pela Biblioteca Pública.

Art. 4º Fica estabelecido que a Biblioteca Pública Municipal, hoje denominada Olavo Bilac, a partir da publicação desta lei denominar-se-á Biblioteca Municipal Viana Moog, em razão do centenário de nascimento do escritor e imortal leopoldense.

Parágrafo Único – Fica especificado que a referida Biblioteca Municipal será a Biblioteca Central do Município, a qual será responsável pelo gerenciamento das bibliotecas ramais.

Art. 5º Fica estabelecido que a Biblioteca Central do Município terá orçamento próprio, consignado ao orçamento municipal para manutenção e compra de acervo.

Art. 6º Fica instituído o Prêmio Literário Sérgio Farina, que terá edição anual, para promoção da literatura do município, cuja premiação ocorrerá durante a Feira do Livro Ramiro Frota Barcelos.

I – Grande personalidade leopoldense, o professor e escritor Sérgio Farina, falecido no dia 16 de novembro de 2006, foi uma referência na região.

Art. 7º A Secretaria Municipal da Cultura, juntamente com os Poderes Executivo e Legislativo mobilizará, pelos meios e instrumentos a seu dispor, nos termos desta lei, a comunidade para participar da difusão do livro e da constante qualificação, ampliação e modernização dos acervos dos espaços de leitura através da Associação de Amigos da Biblioteca Pública – AABP.

Art. 8º O Poder Executivo regulamentará a presente lei no que couber e for necessário a sua ampla e efetiva aplicação.

Art. 9º As despesas decorrentes da presente lei correrão por conta de dotações orçamentárias próprias, suplementadas oportunamente se necessário, sendo consignadas a partir de próximo ano vindouro.

Art. 10 Esta lei entra em vigor no primeiro dia útil subsequente ao mês da sua publicação.

Art. 11 Revogam-se as disposições em contrário.

Prefeitura Municipal de São Leopoldo, 23 de abril de 2007.

**ARY JOSÉ VANAZZI**

PREFEITO MUNICIPAL

Fonte: [www.leismunicipais.com.br](http://www.leismunicipais.com.br)

## Nome da Feira

Costuma-se mencionar, antes do nome da feira, sua edição. Por exemplo: 56ª FLPA. Se a feira tem caráter municipal, é importante que se destaque, ainda, o nome da cidade.

Em alguns casos, a feira se realiza em polo de desenvolvimento econômico de determinada região e sua abrangência se estende a vários municípios, o que justifica que se incorpore a palavra regional a seu nome. É o caso da Feira Regional do Livro de Novo Hamburgo.

## Temas Centrais da Feira

Tratando-se de um evento voltado à promoção da leitura em sentido amplo, e não apenas da Literatura, a programação da feira pode abordar os mais variados temas, com prioridade para os que tenham dado origem a livros.

Na FLPA, têm destaque especial temas relacionados com o país homenageado, o estado convidado e as efemérides do ano, entre outros que estejam suscitando grande interesse, sobretudo se abordados em livros lançados recentemente ou que serão lançados no evento.

## *Slogan* da Feira

A palavra *slogan* é uma corruptela da expressão “slaugh-ghairn”, do idioma gálico, que significa “brado de guerra”, grito usado para inspirar os que estão envolvidos em uma luta. Em sua acepção atual, *slogan* é uma frase de impacto com que se procura colocar algo na mente do público.

Um *slogan* deve ser curto (máximo 6 palavras sem contar os monossílabos), inovador, fácil de memorizar e capaz de sensibilizar o público. No caso de uma feira de livros, deve incitar a comunidade a visitá-la. Precisa dizer algo importante sobre o ato da leitura ou o próprio evento.

### **Todos os sentidos da leitura**

Este foi o slogan da 23ª Feira do Livro de Cachoeirinha (25 a 29 de novembro de 2009), concebida como uma conversa da Literatura com as demais formas de arte. Para acolher a programação, foram instalados, além do palco, vários espaços temáticos: a Sala da Literatura, a Sala das Artes Visuais, a Sala da Música e das Artes Cênicas, a Sala Lobatinho (espaço de leitura e contação de histórias para público infantil), o Brique do Artesanato e a Tenda da Africanidade (exposição, oficinas e contações de histórias relacionadas com a Semana da Consciência Negra). Participaram da programação, entre outros, autores que atuam também como músicos, ilustradores, atores ou contadores de histórias e, em vários momentos da programação, ocorreram atividades com a intervenção de múltiplas formas de artes.

## **Campanha Publicitária**

Antes de contatar os potenciais patrocinadores, é recomendável que se crie a campanha publicitária ou, no caso das feiras de pequeno porte, ao menos as peças gráficas essenciais, como o cartaz, cuja arte deve prever espaço para a inserção de suas assinaturas (logomarcas).

Havendo condições, o ideal é contar com agência especializada para criar as peças publicitárias, elaborar plano de mídia e coordenar sua execução. A campanha pode contemplar as seguintes peças: anúncios para jornais, revistas e internet, *outdoors*, *busdoors*, VTs para televisão, spots para rádio, etc.

A agência pode se encarregar, também, da criação das peças gráficas (fôlderes de programação, cartazes, marcadores de páginas, pastas, papel timbrado, etc.), do material promocional (camisetas, sacolas, *buttons*, etc.) e dos elementos de programação visual quando não se pode contar com empresa especializada (galhardetes, banners, pórticos, faixas, bandeirolas, prismas de sinalização, etc.). A produção dessas peças e materiais é feita por diferentes empresas, sob a coordenação da própria agência ou dos organizadores.

A partir do *briefing* (resumo) fornecido pelos organizadores, a agência cria a logomarca da feira, que deve constar em todas as peças produzidas, e a campanha publicitária. É interessante, também, que se crie um slogan e, eventualmente, um jingle da feira.

Nos eventos realizados pela Câmara Rio-Grandense do Livro, a campanha publicitária e as demais peças de divulgação são apresentadas à imprensa, às autoridades e aos patrocinadores efetivos ou potenciais em entrevista coletiva.



**Logomarca** – A FLPA conta, desde 2005, com uma logomarca permanente, selecionada através de concurso promovido pela CRL em parceria com a Associação dos Profissionais em Design do RS – Apdesign. O publicitário Cláudio Franco teve seu trabalho escolhido entre os 70 participantes e recebeu, na ocasião, prêmio no valor de R\$ 8 mil.

## Captação de Patrocínios e Apoios

### Preparação da proposta

A proposta de patrocínio a ser apresentada a potenciais interessados deve englobar versão sintética do projeto, excluindo-se o que não seja de seu interesse, e anexar, entre outros materiais que se julguem adequados, os seguintes:

- História da feira, relatório, fotos, vídeo, peças gráficas e promocionais, clipagem das matérias publicadas pela imprensa e outros elementos que permitam avaliar os resultados da edição anterior, se houve uma.

- Arte das peças publicitárias a serem veiculadas (anúncios, VTs, spots para rádio, outdoors, etc.).

- Projeto de programação visual (banners, prismas de sinalização, pórticos, etc.).

- Plano básico de divulgação (mídia e peças gráficas).

- Layout da feira com o detalhamento da ocupação do espaço físico e, se possível, projeto arquitetônico.

- Autorizações de captação de patrocínio sob o respaldo da Lei Rouanet – Lei Nacional de Apoio à Cultura ou da LIC – Lei Estadual de Incentivo à Cultura.

- Informações sobre a operacionalização das Leis Nacional e/ou Estadual de Apoio à Cultura, se for o caso.

- Detalhamento das contrapartidas oferecidas para as diferentes quotas de patrocínio estabelecidas.

Tratando-se de evento que se realiza pela primeira vez, vale a pena incluir, ainda, *curriculum vitae* do coordenador e/ou produtor ou outros elementos que comprovem a seriedade e habilitação das entidades e/ou pessoas envolvidas diretamente com sua produção.

Recomenda-se todo o esmero possível na redação da proposta e em sua apresentação, utilizando-se papel timbrado da feira ou da entidade que a realiza. A proposta e documentos anexos devem ser encadernados.

### Modelo de plano básico de divulgação

Peça de divulgação	Dimensões	Quantidade
Cartazes	64 x 44cm	500
Fôlderes de programação	20 x 18cm	5.000
Marcadores de páginas	20 x 5cm	5.000
Sacolas	35 x 18cm	5.000
Anúncios em jornais	3 col. X 8,5cm	10
Spots de rádio	30”	50

### Contatos com potenciais patrocinadores e apoiadores

A seleção dos potenciais patrocinadores deve considerar alguns aspectos:

– *Capacidade financeira* – Apenas empresas de grande porte podem investir em projetos culturais sob o respaldo da Lei Rouanet, tendo em vista que o teto permitido é de 4% sobre o Imposto de Renda a pagar. No caso da LIC, o teto varia de 3 a 20%, de acordo com o valor de ICMS a recolher (quanto maior o imposto a recolher, menor o percentual), de acordo com a Lei 11.598/2001.

– *Área de atuação* – Sempre é mais fácil motivar a participação de empresas sediadas ou que tenham interesses na área de abrangência da feira.

– *Clientela* – O fato de os clientes da empresa ou os consumidores das marcas que produz se identificarem com o público-alvo da feira pode contribuir para que aceite a proposta apresentada.

– *Investimentos anteriores em projetos culturais* – Se a empresa conta com experiências anteriores em Marketing Cultural, sobretudo se obteve o retorno esperado, é maior a probabilidade de que venha a se interessar por nossa proposta.

Os contatos devem ser pessoais e mantidos na sede da empresa, mediante agendamento prévio com o profissional responsável, que, em geral, é das áreas de Eventos, Marketing ou Comunicação.

Apesar existirem profissionais independentes especializados em captar patrocínios, mediante o pagamento de comissão, os organizadores costumam obter bons resultados em contatos diretos em função de seu conhecimento do projeto e da convicção em seus resultados. Seria ingenuidade, porém, imaginar que seu entusiasmo seja suficiente para desencadear uma resposta positiva ou que a empresa se disponha a dar o patrocínio solicitado por mera benevolência, por maior que seja sua responsabilidade social. O que mais pesará em sua decisão será a consistência e o impacto social do projeto e a garantia de obtenção de contrapartida de seu interesse, condizente com seu aporte.

Portanto, é necessário preparar-se, pois uma abordagem equivocada pode por tudo a perder. Ao se apresentar o projeto, é de vital importância fazer o interlocutor vislumbrar os resultados que se pretende atingir e o retorno que poderá obter em termos de mídia paga (anúncios), mídia espontânea (matérias geradas pela cobertura dos meios de comunicação), visibilidade para sua marca e incentivos fiscais.

A FLPA conta, em geral, com a participação de seis empresas que se convencionou chamar de patrocinadores-âncora, haja vista que as quotas que aportam são essenciais para viabilizar economicamente o projeto. No entanto, a Comissão Organizadora do evento costuma analisar as ofertas de empresas e entidades dispostas a aportar quotas de valor inferior às dos patrocinadores-âncora, assim como bens ou serviços de interesse, dado que sua colaboração permite qualificar ainda mais o evento. Naturalmente, as contrapartidas oferecidas em cada caso são proporcionais aos benefícios oferecidos.

Em geral, são apoiadores valiosos das feiras de livros as entidades locais ou estaduais que congregam escritores, bibliotecários, professores e escolas, e as entidades públicas ou privadas voltadas à difusão do livro e da leitura.

### **Contatos com os meios de comunicação**

Quando se trata de viabilizar um evento, a experiência tem demonstrado a conveniência de se contatar, primeiramente, os meios de comunicação, pois, garantido seu apoio, torna-se mais fácil motivar a participação de outras organizações.

No caso da FLPA, os meios de comunicação obtêm, em permuta pela veiculação de anúncios, a assinatura nos mesmos e, no material gráfico, na condição de apoiadores, em conjunto com os patrocinadores-âncora; quando sua colaboração é relevante, espaço sem ônus, no recinto da feira, para que instalem estandes a suas expensas com estúdios de rádio, de TV e/ou salas de redação para cobrir ao vivo a programação.

### **Assinaturas e outras contrapartidas**

Não convém dar a mesma visibilidade a entidades que aportem quotas, bens ou serviços de diferentes valores. Na FLPA, há no máximo seis patrocinadores-âncora, que aportam quotas idênticas e obtêm exatamente as mesmas contrapartidas: concessão de espaço, sem ônus, para instalar estande, a suas expensas, em local privilegiado do recinto da feira, assinatura (inserção de logomarca) em todas as peças de mídia, gráficas e promocionais, bem como na programação visual, além da possibilidade de deduzirem parte do valor investido de impostos a pagar sob o respaldo das Leis de Incentivo à Cultura.

Os demais patrocinadores e apoiadores têm sua assinatura inserida apenas na revista, no guia e no mapa da feira e, sendo sua contribuição relevante, ainda que inferior à dos patrocinadores-âncora, contam com espaço para instalar estandes em seu recinto. E há, ainda, os chamados “apoiadores culturais”, cujos aportes são inferiores, mas também importantes para que se viabilize a programação, como editoras que disponibilizam autores de seus catálogos sem custo para a organização da feira. Esses apoiadores são mencionados, em ordem alfabética, sem inserção de logomarca, na revista, no guia e no mapa da feira.

É desaconselhável inserir um grande número de logomarcas em peças nobres como outdoors, cartazes e anúncios veiculados na mídia impressa, sob pena de se reduzir a visibilidade de cada uma delas. No caso da FLPA, constam, nessas peças, as logomarcas dos patrocinadores-âncora, a da CRL, na qualidade de entidade promotora do evento, e as das leis nacional e estadual de incentivo à Cultura, sob cujo amparo são captados os patrocínios. A aplicação das logomarcas deve ser feita da maneira mais criteriosa possível, dando-se a cada patrocinador ou apoiador espaço e destaque proporcionais a seu aporte.

Convém observar, ainda, outros aspectos como a fidelidade ao desenho e às cores originais. Para evitar contratemplos, recomenda-se submeter as artes das peças gráficas e publicitárias à autorização prévia dos patrocinadores. As empresas patrocinadoras costumam dar grande importância à mídia espontânea, ou seja, às matérias geradas pela Assessoria de Imprensa do evento ou resultante da cobertura direta dos meios de comunicação: artigos, entrevistas, etc. Portanto, a feira necessita contar com uma bem elaborada estratégia de comunicação e, na impossibilidade de dispor de assessoria especializada, é conveniente que ao menos um profissional do ramo integre a Comissão Organizadora.

No caso da FLPA, são contratadas assessoria de imprensa, cobertura fotográfica, empresa especializada em produzir a clipagem das matérias publicadas pela mídia impressa e pela mídia eletrônica, incluindo sua análise e medição (em centímetros/coluna, no caso da mídia impressa, e em tempo real, no caso da mídia eletrônica). Tais elementos são fundamentais para que os patrocinadores possam avaliar a repercussão do evento e, conseqüentemente, o retorno de seu aporte.

Os convênios firmados pela Câmara Rio-Grandense do Livro com seus patrocinadores e apoiadores especificam as condições de sua participação e retornos oferecidos. Entre outros aspectos, fica entendido que os estandes serão utilizados para desenvolver ações de marketing institucional e/ou oferecer ao público atrações complementares às da programação oficial, definidas de comum acordo com a comissão organizadora, ficando vetada a comercialização direta de qualquer tipo de bem ou serviço, excetuando-se o caso de entidades oficiais voltadas à difusão do livro.

Podem-se definir, de comum acordo, outras promoções com vistas a ampliar a visibilidade do patrocinador:

- Distribuição de brindes.

- Edição de livros a serem lançados e distribuídos gratuitamente na feira.
- Viabilização da presença de autores ou artistas de renome.
- Realização de coquetel em homenagem a convidados ilustres.
- Produção de mascote para divulgar sua marca no recinto da feira.
- Apresentação de grupos artísticos integrados por funcionários da organização.
- Instituição de prêmios para autores ou expositores.
- Promoção de concursos literários, sorteios ou prêmios.

### **Brindes**

Na Área Infantil e Juvenil da FLPA, os patrocinadores e apoiadores estão autorizados a distribuir brindes ao público infantil e juvenil apenas quando estão deixando o Cais do Porto, a fim de evitar que se disperse sua atenção durante as atividades ou que cheguem atrasados.

## **Equipe**

No momento em que estejam assegurados os recursos necessários para viabilizar o projeto, é necessário definir a equipe de produção que apoiará a comissão organizadora e, eventualmente, as assessorias externas a serem contratadas (jurídica, de imprensa, contábil, de publicidade, de marketing, de pesquisa, etc.).

Ocasionalmente, as entidades que apoiam cedem pessoal para integrar sua equipe.

Na Câmara Rio-Grandense do Livro, a Comissão Executiva conta, na etapa prévia e durante a realização dos eventos, com assistentes de produção e monitores (alunos de Relações Públicas, Letras, Jornalismo, Biblioteconomia, Arte Dramática e outros cursos, segundo o caso) para apoiar as atividades de cada área.

É recomendável que os membros da equipe utilizem uniformes e crachás com indicação das funções que exercem para que sejam facilmente identificados no recinto da feira.

## **Infraestrutura**

É conveniente que a equipe de infraestrutura seja integrada ao menos por um engenheiro ou arquiteto que se responsabilize pela Anotação de

Responsabilidade Técnica – ART no Conselho Regional de Engenheiros, Arquitetos e Agrônomos do RS – Crea. Essa equipe deve estar habilitada para se responsabilizar pelas seguintes tarefas, entre outras:

- Estudo de ocupação do espaço.
- Elaboração do layout da feira.
- Supervisão da montagem de cobertura de lona, barracas, elementos de sinalização ou programação visual, palcos, arquibancadas, etc.
- Supervisão das instalações elétricas, de telefones, de computadores, de água e sanitários químicos, entre outras.
- Supervisão do transporte de móveis e equipamentos.
- Contatos para obter bloqueio de ruas, remoção de postos de venda ambulante, reforço de carga elétrica (ou instalação de gerador), criação e fiscalização de área de estacionamento, coleta de lixo, limpeza, jardinagem, criação de áreas de embarque e desembarque de ônibus escolares, etc.
- Detalhamento de necessidades com vistas à obtenção de propostas de fornecedores e assessoramento à Comissão Organizadora quanto à contratação dos serviços oferecidos.
- Ambientação dos espaços da feira.

O layout da feira deve ser elaborado com muito critério para garantir a funcionalidade dos espaços e a boa visibilidade das atrações e das barracas. Grande parte das feiras de livros gaúchas são realizadas ao ar livre, sob cobertura de lona, e seus organizadores se encarregam da montagem das barracas ou dos estandes, a fim de garantir sua padronização e facilitar a participação dos expositores. Providenciam, também, a montagem de palco, arquibancadas e outros espaços para abrigar a programação cultural. Eventualmente, é necessário corrigir as irregularidades do terreno e providenciar cobertura de brita antes de começar as instalações.

Há, porém, feiras que são realizadas em ginásios de esportes, salões de festas ou paróquias, entre outros espaços bem localizados da cidade.

### **O ambiente da feira**

Além da montagem básica da feira, é importante que haja equipe ou ao menos uma pessoa que se encarregue da produção dos espaços, o que envolve a obtenção de móveis, equipamentos, folhagens, elementos de decoração e outros que se façam necessários.

É um equívoco não prever espaços de convivência, além da praça de alimentação ou do bar. Esses espaços tendem a reter por mais tempo no recinto da feira o público extraescolar. São essenciais para que a comunidade se aproprie do evento, transformando-o em ponto de encontro, de convergência cultural e de circulação do pensamento.

### **A segurança da feira**

Além da Anotação de Responsabilidade Técnica – ART feita no Conselho Regional de Arquitetura, Engenharia e Agronomia do RS – Crea, é preciso prever o seguro de responsabilidade civil de eventos, assim como policiamento ostensivo e segurança privada.

A importância dessas questões tende a ser minimizada enquanto não ocorrem acidentes ou delitos graves, mas estes são mais comuns do que se imagina em eventos de médio ou grande porte.

## **Finanças**

Cabe ao encarregado da área financeira da feira coordenar as seguintes atividades, entre outras:

- Elaboração e execução do orçamento.
- Coordenação dos contatos com potenciais patrocinadores e relações com os patrocinadores e apoiadores efetivos no que se refere a aspectos financeiros.
- Inscrições dos expositores.
- Obtenção de propostas e realização de tomadas de preços.
- Compras em geral, em coordenação com a comissão organizadora.
- Contratações em geral (autores, fornecedores, pessoal, artistas, etc.), em coordenação com a comissão organizadora.
- Relações com Pronac e LIC relativas aos aspectos financeiros do projeto.
- Relações com assessoria contábil, quando for o caso.
- Cobranças e pagamentos relativos à feira.
- Elaboração de prestação de contas.

## **O Patrono**

É comum que a Comissão Organizadora escolha um escritor local ou de fora do município para homenagear com o título de patrono (ou de patrona, se for uma mulher) da feira, em função da extensão e qualidade de sua obra ou por sua dedicação ao desenvolvimento cultural da região.

Quando o patrono não reside no município, costuma participar apenas da solenidade de abertura e de uma ou outra atividade da programação, mas, em alguns casos, como foi o do escritor Airton Ortiz, na Feira do Livro de Bento

Gonçalves de 2009, o homenageado aceita o convite da comissão organizadora de passar vários dias no município, à disposição da feira.

Em alguns casos, a atuação do patrono é tão marcante que passa a ser considerado um embaixador da feira, como ocorreu em 2009 em Cachoeirinha com o escritor Cláudio Levitan, que visitou escolas da cidade para convidar os alunos e educadores a que visitassem o evento, além de ter participado ativamente de sua programação.

Em Porto Alegre, a escolha do patrono é feita em duas etapas. Na primeira, editores, distribuidores de livros, livreiros e creditistas associados à CRL indicam os nomes de cinco autores que, a seu critério, mereceriam receber o título de patrono, o que dá origem à lista dos cinco patronáveis.

Naturalmente, esses autores são consultados sobre sua disposição de aceitar o título de patrono e sua disponibilidade de tempo para cumprirem a agenda mínima de compromissos que a homenagem supõe. E, eventualmente, um ou mais nomes são substituídos pelos que lhes sucedem na lista dos mais votados. Então, a CRL promove evento com a presença de jornalistas, patrocinadores da feira e autoridades, para homenagear os patronáveis, divulga ampla informação sobre sua obra e recomenda às livrarias associadas que a exponham em local de destaque até a eleição do patrono.

Em uma segunda etapa, as empresas associadas, a diretoria da CRL, os ex-patronos da feira e representantes da comunidade cultural (reitores de universidades, diretores de faculdades, patrocinadores e titulares de entidades culturais e sociais envolvidas com a questão do livro, todas sediadas no Estado) votam em três dentre os cinco patronáveis.

A CRL procede à apuração dos votos e promove coletiva de imprensa para apresentar o patrono. Esse evento costuma gerar grande expectativa entre os meios de comunicação e no meio cultural, já que nem o próprio patrono é informado antecipadamente de que foi o escolhido.

Podem ser indicados para concorrer ao título de Patrono da FLPA autores vivos, com obra de qualquer gênero (não exclusivamente literário), gaúchos ou radicados no Estado há mais de cinco anos e que não tenham sido homenageados com esse título previamente. São considerados, ainda, os seguintes critérios:

- Qualidade, extensão e importância do conjunto da obra.



- Representatividade no meio intelectual e na sociedade em geral.
- Serviços prestados ao livro produzido no Estado.

O patrono da 55ª FLPA, realizada de 30 de outubro a 15 de novembro de 2009, foi o jornalista e escritor Carlos Urbim. Para acolhê-lo em suas visitas à Área Infantil e Juvenil do evento foi criada, no pórtico central do Cais do Porto, a Casa do Patrono – decorada com originais de ilustrações de algumas de suas obras de literatura infantil e juvenil – que recebeu uma grande visitação.

## Expositores e Vendas

Conforme o dicionário Houaiss, “Feira é uma reunião de compradores e vendedores, em determinado local e hora, com a finalidade de comércio”. A compreensão desse conceito é fundamental para que se evitem algumas distorções como a de a comissão organizadora só se preocupar com a infraestrutura e a programação cultural, minimizando a importância da feira propriamente dita, ou seja, das vendas.

É essencial que os organizadores se empenhem em garantir a variedade e a qualidade da mostra de livros a ser oferecida ao público. Tratando-se de feira municipal, é importante que se disponibilizem livros de editoras e de autores reconhecidos pelo bom nível de sua produção e que haja títulos para todas as faixas etárias e todos os tipos de interesse.

A experiência demonstra que, quando não há qualquer critério na seleção dos expositores, a mostra tende a ser pobre e repetitiva, levando, inclusive, a uma indesejável “guerra de preços” entre os mesmos. Para garantir a diversidade da oferta, a comissão Organizadora pode solicitar, de forma direta ou através da CRL, às empresas potencialmente interessadas, que apresentem suas propostas de participação na feira, em formulário próprio, indicando que tipos de livros ofereceriam ao público e que editoras representariam se selecionadas para participar do evento. Dessa maneira, a comissão pode selecionar empresas cuja oferta se complemente, evitando-se, assim, situação que têm ocorrido com frequência em feiras municipais e de escolas, nas quais a maioria dos expositores oferecem os mesmos livros, em geral os mais fáceis de comercializar devido a seu preço reduzido ou pelo fato de serem best-sellers.

Quando a feira se realiza em uma escola, o cuidado na seleção de títulos deve ser redobrado, sendo conveniente analisar, antecipadamente, os catálogos das editoras cujas obras se pretende disponibilizar – que, na maioria dos casos, podem ser encontrados na internet.

Ocasionalmente, sobretudo quando não há livreiros na região e é difícil motivar empresas de outros municípios a participarem da feira, os organizadores

optam por solicitar às editoras e distribuidoras que lhes entreguem em consignação os livros a serem comercializados, mediante desconto sobre o preço de capa (preço de venda ao público), prestando-lhes conta das vendas posteriormente. Nesse caso, é da maior importância que os livros não vendidos sejam devolvidos nas mesmas condições em que foram recebidos, sob pena de serem faturados pelas editoras.

Em Três Passos, os organizadores da Feira Três-Passense do Livro – Fetreli encontraram uma solução interessante para qualificar a oferta de livros. Um livreiro da região recebe os livros em consignação das editoras e distribuidoras e disponibiliza três atendentes para que os comercializem, na feira, juntamente com alunos do ensino médio que trabalham como voluntários. Posteriormente, um percentual sobre o total das vendas é revertido em livros para bibliotecas da cidade.

#### **A solução encontrada por Gramado**

Com o objetivo de garantir uma oferta ampla e diversificada de livros para a 13ª Feira Municipal de Gramado, realizada em junho de 2009, na Rua Dona Margarida (Rua Coberta), o evento contou com doze barracas temáticas, assim distribuídas:

- Escritores gramadenses.
- Livros espíritas.
- Literatura infantil.
- Literatura infantil e juvenil.
- Livros usados.
- Literatura nacional e internacional, para adultos.
- Gastronomia, saúde e ervas.
- Turismo e negócios.
- Livros acadêmicos.
- Livros de arte em geral.
- Livros e autoajuda e religiosos.
- Livros pedagógicos.

Tendo em vista o compromisso das feiras de ofertarem livros a preços reduzidos, faz-se necessário fixar, no regulamento, desconto mínimo obrigatório a ser concedido sobre os preços de capa dos livros. Na FLPA, esse percentual é de 10%, ficando liberados descontos maiores, a critério dos expositores.

Em algumas feiras, porém, fixam-se o desconto mínimo e o máximo para aumentar a competitividade dos livreiros, que operam com margens de lucro inferiores às dos editores e dos distribuidores.

Os expositores costumam realizar promoções e oferecer saldos e, eventualmente, comercializam livros usados a preços bastante acessíveis.

Outra questão importante é o número de expositores. É comum que os organizadores tendam a superdimensioná-lo na tentativa de demonstrar o crescimento da feira. Porém, ao frustrar as expectativas de venda dos livreiros, levam-nos a desistir de participar em edições futuras do evento e a ofertar obras de maior rentabilidade, que nem sempre são de boa qualidade.

O fortalecimento dos livreiros locais deve ser um dos objetivos da feira, para que possam atuar, durante todo o ano, como agentes da leitura no município. Para facilitar sua participação, alguns organizadores costumam lhes cobrar taxas de inscrições menores das que são pagas pelos demais expositores. No entanto, os livreiros locais, assim como os demais, devem ser conscientizados da importância de sua parceria, no sentido de oferecerem ao público um acervo variado e de qualidade. Em Osório, por exemplo, a Livraria Bambi participa efetivamente da organização da feira, viabilizando a participação de escritores, através das editoras com que trabalha, e se envolvendo diretamente na divulgação.

O regulamento da FLPA e os de vários municípios do Estado deixam claro que só podem ser comercializados pelos expositores livros e suas variações eletrônicas, ficando vetada a exposição de revistas, publicações em fascículos e qualquer outra mercadoria.

É conveniente exigir que os expositores apresentem cópia de inscrição no CNPJ e aceitar somente a inscrição daquelas empresas que tenham entre seus objetivos sociais a comercialização de livros.

Antes de iniciar os contatos com os expositores, é interessante que a comissão organizadora defina, em conjunto com bibliotecários, professores de literatura e outros mediadores da leitura, os livros que não deveriam faltar na feira, incluindo o máximo possível de títulos dos escritores convidados. No caso de evento promovido em escola, além das obras de interesse para os alunos, é essencial que sejam ofertados títulos de referência para os professores, além de obras literárias e outras de interesse para adultos em geral.

### **Livreiro Nota 10**

Em Bento Gonçalves, a Fundação Casa das Artes, que realiza a feira do livro, instituiu a promoção Livreiro Nota 10, que concede ao expositor que tenha a melhor participação, a cada ano, o direito de não pagar a taxa de inscrição na edição seguinte do evento.

### **Inscrições**

Alguns organizadores se reservam o direito de escolher “a dedo!” os expositores que lhes interessam e, para motivar sua participação, costumam isentá-los do pagamento de taxa de inscrição, além de disponibilizar, sem custo, barracas ou estandes para a venda dos livros.

Em outros casos, cobra-se taxa de inscrição ou recebe-se o valor correspondente em livros. O ideal é que os livros sejam escolhidos, na barraca dos livreiros, no primeiro dia da feira, quando ainda há bastante variedade, e a fatura emitida com o desconto acordado. Outra possibilidade é solicitar que cada livreiro entregue, com certa antecipação, obras dos autores que terão encontros com alunos, para a leitura prévia.

Tratando-se de evento ainda não consolidado, também é comum que os organizadores optem por não cobrar taxa de inscrição, a fim de motivar a participação das empresas.

### 1ª Feira do Livro de \_\_\_\_\_

#### Proposta de participação de expositor

Razão Social: \_\_\_\_\_

Nome fantasia: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Cidade: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_

Fone: \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_

( ) Livraria ( ) Distribuidora ( ) Editora ( ) \_\_\_\_\_

Tipos de livros a serem vendidos:

( ) Literatura para adultos ( ) Infanto-juvenis ( ) Técnicos

( ) Religiosos ( ) Autoajuda ( ) Outros

Editoras cujas obras serão ofertadas se a empresa for selecionada para participar da feira: \_\_\_\_\_

Encarregado da barraca: \_\_\_\_\_

Fone: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Estou ciente de que, se selecionada, esta empresa deverá cumprir cabalmente tudo o que estabelece o regulamento da feira.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do titular da empresa e carimbo

**Atenção:** Anexar comprovante de inscrição e de situação cadastral no CNPJ.

Enviar este formulário para o fax \_\_\_\_\_ ou para o seguinte endereço:  
\_\_\_\_\_, aos cuidados de \_\_\_\_\_

## Regulamento

É importante elaborar regulamento com as normas básicas a serem obedecidas pelos expositores e as sanções previstas em caso de infração. Esse regulamento deve ser entregue aos expositores, no ato da inscrição, mediante assinatura de termo em que se comprometam a respeitá-lo.

De nada serve haver um regulamento bem elaborado se a feira não contar com uma comissão encarregada de zelar pelo seu cumprimento. É importante que essa comissão seja integrada por membros da Comissão Organizadora e por ao menos um dos livreiros, pois, eventualmente, é necessário interpelar os expositores a respeito de preços praticados e de outras questões para as quais é necessário um conhecimento específico.

### REGULAMENTO DA 23ª FEIRA DO LIVRO DE CACHOEIRINHA

#### CAPÍTULO 1 DO OBJETIVO

**Art. 1º** – A 23ª Feira do Livro de Cachoeirinha será promovida pela Secretaria Municipal da Cultura em parceria com a Secretaria Municipal de Educação e o apoio das demais pastas municipais, da Câmara Rio-Grandense do Livro e de outras entidades que aportarão recursos materiais, financeiros ou humanos para a viabilização do evento.

#### CAPÍTULO 2 DOS EXPOSITORES

**Art. 2º** – Podem participar da feira, na condição de expositores, livreiros, editores, creditistas e distribuidores de livros legalmente estabelecidos, selecionados pela Comissão Organizadora dentre os que se manifestem interessados e que efetuem sua inscrição em tempo hábil. A título de taxa de inscrição, cada expositor aportará à Biblioteca Pública Municipal Monteiro Lobato R\$ 250,00 em livros, de acordo com lista disponível no local, os quais devem ser faturados com 20% de desconto sobre o preço de capa. A Comissão Organizadora poderá ceder espaço para que entidades apoiadoras ofereçam ao público atrações definidas de comum acordo ou promovam ações de Marketing Institucional.

#### CAPÍTULO 3 DOS DIREITOS DOS PARTICIPANTES

**Art. 3º** – São direitos dos participantes:

- a. fazer-se representar nas reuniões dos inscritos;
- b. apresentar sugestões para o êxito do evento;

c. utilizar no máximo quatro caixas de saldo ou expositores de livros, desde que suas dimensões não excedam 80cm x 80cm. Duas caixas ou expositores devem ser colocados entre as abas da barraca e as restantes de um e outro lado da mesma, de forma que não obstruam a passagem do público.

d. realizar propaganda individual por jornal, rádio e televisão;

e. distribuir propaganda relativa aos livros comercializados em seu espaço.

**Parágrafo único** – É taxativamente proibida qualquer propaganda externa (fora da barraca) e ostensiva na feira, de caráter comercial, político, filosófico ou religioso, mesmo em se tratando de obra exposta.

#### CAPÍTULO 4

##### DOS DEVERES DOS PARTICIPANTES

**Art. 4º** – São deveres dos participantes:

a. limitar-se à área e localização definida de comum acordo com a Comissão Organizadora;

b. abster-se de realizar propaganda falada, bem como de produzir excessivo ruído no recinto da feira;

c. fornecer à Comissão Organizadora, quando solicitados, dados relativos a vendas e informações gerais sobre sua participação;

d. respeitar o horário de abertura e encerramento estabelecido pela Comissão Organizadora;

e. empenhar-se para que reine a mais completa cortesia e harmonia entre os inscritos, contribuindo assim para o brilho do evento;

f. cumprir as presentes regras e aceitar as deliberações da Comissão Organizadora.

#### CAPÍTULO 5

##### DO RECINTO DA FEIRA

**Art. 5º** – A feira será realizada no Parcão Municipal.

**Art. 6º** – A iluminação, a limpeza e a segurança do recinto da feira ficarão a cargo da Prefeitura Municipal de Cachoeirinha.

#### CAPÍTULO 6

##### DO PERÍODO E DO HORÁRIO DA FEIRA

**Art. 7º** – A feira será realizada de 25 a 29 de novembro de 2009.

**Art. 8º** – Fica estipulado o seguinte horário para o funcionamento da feira: das 9h às 21h.

## CAPÍTULO 7

### DAS VENDAS

**Art. 9** – Serão vendidos, na feira, exclusivamente livros impressos e suas variações eletrônicas, considerando-se um desconto mínimo de 10% sobre o preço de capa.

**Art. 10** – Os livros para autógrafos deverão ser comercializados através de um ou mais expositores, aos quais serão entregues em consignação por suas editoras ou distribuidoras com os descontos de praxe do mercado. Excetuam-se dessa obrigatoriedade os livros publicados de forma independente por seus autores, os quais poderão ser comercializados de forma direta, no Espaço de Autógrafos.

## CAPÍTULO 8

### DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

**Art. 11** – A assinatura da ficha de inscrição abrange também o compromisso de obedecer e respeitar as determinações deste regulamento.

**Art. 12** – Os participantes são responsáveis pela conduta e pela manutenção da disciplina de seus auxiliares, quando em serviço no recinto do Caminho do Livro.

**Art. 13** – O participante que infrinja as disposições deste regulamento estará sujeito a sanções definidas pela Comissão Organizadora, que poderá, dependendo da gravidade do caso, excluí-lo do evento ou vetar sua participação nas edições seguintes.

### **Estandes ou barracas**

Em geral, os organizadores de feiras de livros do RS encarregam-se da locação ou construção de barracas, seguindo o padrão das utilizadas na FLPA. Não é raro, porém, que optem por instalar estandes locados de montadoras especializadas.

O fato de não se disponibilizar barracas ou estandes pode inviabilizar a participação dos livreiros, pois, devido à reduzida margem de lucro com que operam, é comum que evitem os eventos mais custosos, sobretudo se há o risco de as vendas ficarem aquém de suas expectativas.

A escolha da localização das barracas pode ser feita por ordem de inscrição ou mediante sorteio entre as empresas inscritas.

## Áreas da Feira

Nas feiras de médio ou grande porte, pode haver diferentes áreas de venda, de acordo com os tipos de livros ofertados. Na de Porto Alegre, por exemplo, tem havido três áreas: a Geral, em que se comercializa qualquer tipo de livro; a Infantil e Juvenil, cujos expositores vendem apenas livros para crianças e jovens; e a Internacional, em que se oferecem livros estrangeiros ou editados no Brasil em outros idiomas. Nas duas primeiras, os expositores são editores, distribuidores de livros, livreiros e creditistas associados à Câmara Rio-Grandense do Livro. Na terceira, participam, além de empresas associadas à CRL que comercializam permanentemente livros estrangeiros, editoras estrangeiras ou seus representantes, importadores de livros, missões diplomáticas ou consulares e entidade culturais relacionadas com as diversas nacionalidades com as quais o Brasil mantém relações diplomáticas

Nada impede, porém, que se opte por outras formas de setorização da feira, abrindo espaços, por exemplo, exclusivamente para livros usados ou para livros técnicos, acadêmicos e profissionais.



Área Internacional da FLPA

## ÁREA INFANTIL E JUVENIL

Desde 2005, a Área Infantil e Juvenil da FLPA passou a funcionar na área central do Cais do Porto, ocupando os armazéns A e anexo, A1 e B, além da faixa compreendida entre esses e o Guaíba. Seus principais espaços são os seguintes:

a. Teatro Sancho Pança – Com capacidade para 500 pessoas é dotado de todas as condições técnicas para a apresentação de espetáculos. Ali se realizam, todos os dias úteis, pela manhã e tarde, encontros do ciclo O Autor no Palco. E, pela noite, são oferecidos ao público espetáculos, *saraus*, *talk shows*, shows acústicos, teatro tradicional, radioteatro, teatro de bonecos, concertos e programas de rádio emitidos ao vivo, para jovens e adultos. Nos fins de semana, a programação se mantém, não ocorrendo, porém, os encontros com autores. É também no Teatro Sancho Pança que ocorre, na primeira noite da feira, a solenidade de abertura, com a presença de autoridades, o patrono anterior e o atual, patrocinadores, jornalistas e outros convidados especiais.



O escritor Kalunga em encontro do ciclo O Autor no Palco

b. Arena das Histórias – Trata-se de uma espécie de teatro de arena, com capacidade para 250 pessoas, no qual escritores, ilustradores, contadores de histórias profissionais e amadores se apresentam para alunos de escolas infantis e das séries iniciais do ensino fundamental, nos dias úteis, e para o público em geral, nos fins de semana e feriados.



O escritor Daniel Munduruku na Arena das Histórias

c. Casa do Pensamento – Auditório climatizado com capacidade para 200 pessoas, onde ocorrem os encontros de autores com o público jovem e as atividades do ciclo A Hora do Educador.

d. QG dos Pitocos – Espaço das crianças em idade pré-escolar, que oferece apresentações de teatro de bonecos e contações de histórias.



A escritora e ilustradora Mônica Papescu no QG dos Pitocos

e. Biblioteca do Cais – Além de um vasto acervo de referência em literatura infantil e juvenil, conta com os seguintes espaços: Vitrina da Leitura (ponto de

encontro e de troca de experiências dos mediadores da leitura, onde se exibem projetos relevantes relacionados com a formação de leitores na escola e na comunidade); Ducha das Letras (sala de oficinas) e Estação Multimídia, concebida especialmente para o atendimento dos deficientes visuais.

f. Território das Escolas – Teatro com capacidade para 300 pessoas, disponibilizado para apresentações de escolas que mantêm grupos artísticos em caráter permanente. Conta com palco, camarim e equipamentos básicos de sonorização e iluminação.



Orquestra Infantojuvenil do Colégio Santa Rosa de Lima, no Território das Escolas

g. Largo da Escrita – Com capacidade para 700 pessoas, o espaço é utilizado por escolas e secretarias da Educação e da Cultura de diversos municípios gaúchos para apresentar a produção textual de alunos, educadores e outros membros da comunidade, através de sessões de autógrafos ou de outra forma.

h. Centro Cultural Móvel do SESI, dotado de acervo de 4.000 livros, sala de revistas, telão, computadores com jogos, palco externo com programação própria, etc.

i. Deck dos Autógrafos – Instalado entre o Guaíba e o pórtico central do Cais do Porto, funciona como espaço de descanso, convívio social e leitura. Ali, ocorrem, todos os dias, pela tarde, sessões de autógrafos de livros infantis e juvenis e, à noite, apresentações de coros e outras atividades culturais.

j. Gurizada.com – Ciberespaço disponibilizado pela Cia. de Processamento de Dados do Município de Porto Alegre – Procempa, no Armazém A1 do Cais do Porto.

### **O palco da feira**

Havendo possibilidade, o ideal é contar com um palco de ao menos 8 x 10m, área requerida para a maioria dos espetáculos e shows, cuja altura não seja superior a 0,80m, de modo a permitir uma maior aproximação entre a plateia e os artistas. O prosscênio, localizado entre a linha da cortina e a borda do palco, deve ter cerca de 1m.

É importante contar com uma escada dianteira, para o palco, e com ao menos duas móveis, para serem utilizadas de acordo com as necessidades. Se não houver pavimento no local da plateia, o ideal é colocar as cadeiras sobre um tablado de madeira.

O camarim precisa ser amplo (alguns grupos são bastante numerosos), confortável e ter acesso direto ao palco, pela parte posterior. Deve estar equipado com pia, espelho bem iluminado, para maquiagem, mesa, cadeiras, arara, cabides e lixeira. Alguns artistas e grupos mais exigentes costumam informar, antecipadamente, o que desejam encontrar no serviço de camarim (sanduíches, refrigerantes, sucos, café, frutas, etc.), mas, na maioria dos casos, é suficiente disponibilizar café e água.

É necessário dispor de equipamento de qualidade para a sonorização e a iluminação, bem como de pessoal técnico para operá-los.

Os artistas que se apresentarão ou seus produtores devem informar, previamente, o rider técnico dos espetáculos e shows (equipamentos e serviços de sonorização e iluminação, projeções, transporte e montagem de cenários, etc.). Não se podendo contar com um palco como o indicado e atender as exigências de algum espetáculo ou show que se pretenda programar, é necessário verificar a possibilidade de se adaptar às condições disponíveis.

## **Programação Cultural**

Ao se definir a programação cultural, deve-se ter em mente os objetivos centrais da feira de popularizar o livro e promover a leitura. Estas são algumas das atividades que podem ser realizadas:

### **Encontros com autores e especialistas**

Existe uma tendência entre os organizadores de feiras de livros de promover exclusivamente eventos relacionados com a literatura e, muitas vezes, focados apenas nas escolas. Entretanto, é importante recordar que há autores dos mais variados tipos de livros – técnicos, religiosos, de autoajuda, entre outros –, cuja

presença também deve ser considerada, assim como a importância de se oferecer programação que interesse, também, à comunidade extraescolar.

Tais encontros, que costumam produzir resultados palpáveis no que se refere ao incentivo à leitura, podem abordar os mais diversos temas, destinar-se a diferentes públicos-alvo e ter os mais variados formatos:

*Conferência* – Um especialista aborda determinado tema, podendo ocorrer, logo após, debate com o público. Para tanto, é conveniente contar com microfone sem fio para ser passado entre os interessados. Quando o público é numeroso, é recomendável distribuir formulários para perguntas, os quais são recolhidos e entregues ao mediador, que seleciona as mais pertinentes, sintetiza as muito extensas e elimina as repetidas. O mediador formula a pergunta ao microfone e o conferencista a responde da mesma forma. Uma conferência não deve durar mais de 40 minutos, reservando-se no máximo 20 mais para as perguntas.

*Palestra* – Encontro similar à conferência, de caráter menos formal.

*Painel* – Profissionais renomados nos meios que atuam abordam o tema central do painel, sob diferentes enfoques. Em geral, há um mediador que coordena a interação entre os participantes. O número de painelistas não deve ultrapassar quatro ou cinco, destinando-se no máximo 20 minutos para que cada um deles se manifeste. A diferença da mesa-redonda é que, no painel, o público, em geral, não participa do debate.

*Mesa-redonda* – É uma reunião preparada e conduzida por um coordenador, que funciona como elemento moderador, orientando a discussão para que ela se mantenha sempre em torno do tema central. Os expositores têm um tempo limitado para apresentar suas ideias e para o debate posterior. Os participantes expõem e discutem o tema proposto em pé de igualdade, apresentando-se, muitas vezes, várias visões sobre o tema central.



Mesa-redonda

*Seminário* – Engloba encontros com tema comum, abordado por várias especialistas, sob diferentes enfoques e muitas vezes em mais de um formato: seminários sobre literatura infantil, com palestras, mesas-redondas e oficinas. Em geral, os participantes têm algum conhecimento prévio dos assuntos a serem abordados.

*Sarau* – Uma ou mais pessoas apresentam ou leem poemas, textos dramáticos ou outros, sendo admitida, em alguns casos, a participação espontânea de escritores ou de aficionados da plateia, assim como de músicos e outros artistas. É comum que se realizem saraus com textos de um único autor, sobretudo em datas relacionadas com seu nascimento ou morte, ou temáticos. Algumas vezes se realizam saraus para grandes públicos, mas esse tipo de encontro tem melhores resultados quando se cria um ambiente intimista, com iluminação adequada.

*Oficina* – Atividade de caráter pragmático, destinada à capacitação dos participantes mediante a transmissão de experiências. Em geral, destina-se a grupos pequenos (máximo de 30 pessoas). Em uma feira de livros, podem ser ministradas oficinas de contação de histórias, dinâmicas de biblioteca e produção de textos, entre outras.

*Bate-papo* – Conversação despretensiosa que pode ser mantida entre autores e leitores, por exemplo.

É interessante solicitar aos autores que enviem os textos de suas conferências por e-mail, antecipadamente, ou que os entreguem, em CD-ROM, por ocasião de sua participação na feira, juntamente com autorização de publicação. Além de serem disponibilizados aos meios de comunicação que fazem a cobertura da feira, dependendo de sua qualidade, esses textos podem ser publicados na íntegra em seu site.

Devem ser definidos, previamente, o nome e o formato de cada encontro com autores ou especialistas, os temas a serem abordados pelos convidados, o tempo disponível para sua participação e para que respondam às perguntas do público, a composição das mesas, equipamentos necessários e outras particularidades que requeiram atenção especial.

Em todos os casos, os convidados devem ser apresentados ao público pelo próprio mediador ou por um apresentador, sendo importante que se informe, em breves palavras, sua trajetória profissional e que se anunciem os temas a serem abordados. No caso de feiras realizadas ao ar livre, recomenda-se programar os encontros com autores em auditório localizado nas imediações ou em espaço climatizado, montado sob cobertura de lona.

Além de serviço de sonorização com número de microfones compatível com o de convidados que integrarão a mesa, é comum que se utilizem, nesses encontros, um ou mais dos seguintes equipamentos: quadro branco, flipchart, projetor de slides, retroprojetor, videocassete, data show, etc.

O autor, como qualquer outro profissional, deve ser remunerado por seu trabalho. Ao convidá-lo, é necessário esclarecer vários aspectos, como: valor do cachê, forma de pagamento, informações e documentos necessários para tramitar o pagamento, transporte de ida e volta ao local da feira, hospedagem e alimentação (quando necessários), tipo de atividade que realizará, faixa etária dos leitores que encontrará, disponibilização de obras de sua autoria para venda, etc.

É importante esclarecer, por escrito, os descontos a serem efetuados no pagamento do cachê e alertar os profissionais contratados sobre a necessidade de apresentarem comprovante, caso já recolham o INSS pelo máximo, a fim de que sejam isentados desse desconto, se não tiverem como emitir notas fiscais. A maior parte dos organizadores de feiras municipais de livros do RS toma por parâmetro o valor de cachê pago aos autores pela Câmara Rio-Grandense do Livro.

Os autores e especialistas que participarão da feira devem enviar, em tempo hábil, aos organizadores, para fins de divulgação, dados biobibliográficos, fotos, comentários da imprensa sobre sua obra e quaisquer outros materiais que julguem pertinentes.

Naturalmente, os encontros com escritores são mais produtivos quando precedidos da leitura de obras de sua autoria por estudantes, educadores ou outros membros da comunidade. Em geral, trata-se de divulgar sua bibliografia completa, incluindo as obras esgotadas e as que estão no prelo, para que cada pessoa decida o que pretende ler, mas não é raro que os autores recomendem a leitura de alguma obra em especial.

Há, também, o caso de autores que renegam uma ou mais de suas obras, sobretudo as escritas no início de suas carreiras. Portanto, convém consultá-los sobre as obras que consideram mais adequadas para o grupo de leitores que vão encontrar na feira.

### **Definição dos autores a serem convidados**

Além de considerar a qualidade e a extensão da obra dos autores a serem convidados, é importante auscultar os interesses dos leitores que os encontrarão. Nos encontros promovidos com educandos, por exemplo, pode-se realizar uma enquete para levantar os autores preferidos pelos alunos e educadores.

### **Certificação**

Na FLPA, ocorrem alguns eventos que têm o caráter de curso de extensão universitária, como é o caso da programação paralela da Traçando Histórias – Mostra de Ilustração de Literatura Infantil e Juvenil, realizada em parceria com a UFRGS, que emite os certificados dos participantes.

Nos demais casos de seminários, mesas-redondas, palestras e oficinas que têm como público-alvo os educadores, a própria Câmara Rio-Grandense do Livro emite os certificados e os entrega aos participantes ao término de cada atividade.

### Sessões de autógrafos

É comum que os organizadores de feiras incluam na programação sessões de autógrafos de autores de renome, por considerarem que sua presença será uma grande atração para o evento. Porém, a experiência demonstra que as sessões de autógrafos só funcionam isoladamente quando se trata de lançamento de livros, o que pressupõe um grande esforço de promoção por parte da editora e do autor – incluindo-se a distribuição de convites e envio de releases à imprensa e, se possível, agendamento de entrevistas com meios de comunicação.

Não sendo esse o caso, é preferível não convidar o autor só para participar de sessão de autógrafos. É mais produtivo que esta ocorra logo após, e no mesmo local, em que participe de outra atividade, como conferência, painel, ou bate-papo, aproveitando-se a motivação do público. Os professores podem, também, recomendar aos alunos que tenham adquirido previamente livros dos autores que os levem ao encontro para lhes pedir autógrafo.

São frequentes os relatos de autores a respeito de feiras em que são colocados diante de uma mesa, à espera de um público que não aparece. E às vezes tampouco aparece o livro, pois não se teve o cuidado de solicitar às editoras que os disponibilizassem nas barracas de um ou mais expositores.

Portanto, quando não são devidamente planejadas e divulgadas, as sessões de autógrafos podem redundar em situações bastante constrangedoras, tanto para os convidados como para os organizadores, e em benefício nulo para o público.

Apesar de o local ideal para os autógrafos ser o mesmo em que o autor tenha participado de outra atividade, pode-se, também, criar um ambiente próprio, próximo às barracas dos expositores, prevendo-se mesa, cadeiras, identificação dos autores de cada sessão, água mineral e outras comodidades.

Caso a feira seja realizada ao ar livre, é importante que esse espaço seja instalado sob cobertura de lona.



Praça dos Autógrafos da FLPA

## Exposições

Podem ser realizadas exposições de fotos, livros, textos, ilustrações ou outras que tenham a ver com os objetivos da feira ou com o patrimônio cultural da cidade.

Caso não se disponha de ambiente fechado, no recinto da feira ou em prédio localizado em suas proximidades, as exposições podem ocorrer ao ar livre, sob cobertura de lona. Em qualquer dos casos, devem ser verificadas, entre outros aspectos, as seguintes necessidades: montagem, segurança, monitores para atender o público, painéis, iluminação adequada.

É recomendável, para fins de divulgação e orientação do público, dar nomes às exposições e produzir painéis com seus dados básicos, assim como colocar legendas junto aos quadros ou outras peças expostas, a fim de facilitar a compreensão do público.



6ª Traçando Histórias – Mostra de Literatura Infantil e Juvenil, realizada na programação da 54ª FLPA

## Ciclos de filmes

Pode-se incluir, na programação da feira, a exibição de filmes baseados em obras literárias, na biografia de autores ou outros que se julguem adequados. Na 55ª FLPA, foram exibidos, entre outros, filmes com audiodescrição para deficientes visuais.

### **Espectáculos artísticos**

Toda atividade é válida quando se trata de atrair público, desde que tenha bom nível técnico e artístico e não provoque desarmonia no ambiente da feira ou conflite com seu objetivo prioritário de popularizar o livro e de promover a leitura.

Para evitar interferência em outras atividades, não se programam, na FLPA, apresentações de música eletrônica, de grupos de percussão e outros espetáculos demasiadamente ruidosos.

### **Campanhas de doação de livros**

Na 55ª FLPA, ocorreram várias campanhas de doação de livros, uma das quais promovida pelo Banco Social do Livro, que colocou urnas em pontos estratégicos do recinto do evento, que recebeu milhares de obras.

#### **Banco do Livro**

O Rio Grande do Sul é o primeiro Estado do Brasil a contar com um Banco de Livros. A iniciativa é da Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, ligada ao Sistema Fiergs. Lançado oficialmente em 2008, durante a 54ª FLPA, a instituição funciona nos mesmos moldes dos outros 13 bancos sociais existentes – desde o de Remédios ao de Materiais de Construção – transformando o excedente em benefício social. O Banco do Livro capta doações em todo o RS, através dos sindicatos patronais que integram o sistema Fiergs e outras entidades parceiras para destiná-los a bibliotecas comunitárias e escolares.

A ONG Parceiros Voluntários – criada por iniciativa do empresariado do RS para promover a Cultura do voluntariado na comunidade gaúcha – desafiou voluntários, parceiros e outros cidadãos a que doassem 5.000 livros, em sete horas do dia 7 de novembro de 2009, para que fosse erguida a Montanha do Saber, no recinto da FLPA, meta que foi superada em 22 exemplares.

Paralelamente, as inscrições para o 5º Velejaço da FLPA – promovido pela Federação de Velas do RS com participação de barcos de todos os clubes de vela do estado e partida do pórtico central do Cais do Porto, onde funciona a Área Infantil e Juvenil – e para o 2º Passeio Ciclístico da FLPA – organizado pela Associação de Ciclistas da Zona Sul, que mobilizou ciclistas de toda a cidade – foram efetuadas mediante a doação de livros. As obras arrecadadas nessas três campanhas foram destinadas a bibliotecas comunitárias apoiadas pela CRL.

### **Troca-troca de livros**

Na 23ª Feira do Livro de Cachoeirinha, que ocorreu de 25 a 29 de novembro de 2009, foi realizado um troca-troca de livros que teve excelentes resultados. Cada pessoa podia trocar quantos livros quisesse (desde que não fossem

didáticos e estivessem em boas condições de conservação), por outros, de seu interesse, dentre os disponibilizados pela Biblioteca Pública Municipal Monteiro Lobato.

Mas os livros também podem ser trocados diretamente entre os interessados e, à medida que vão passando de mão em mão, todos os envolvidos têm acesso a novas leituras.

### **Programação para neoleitores e analfabetos funcionais**

Na FLPA, além das atividades oferecidas para o público adulto já consolidado como leitor e para crianças e adolescentes, que são leitores em formação, há outras que têm como público-alvo os neoleitores – jovens com mais de 15 anos e adultos que participam do programa Brasil Alfabetizado ou integram turmas de Educação de Jovens e Adultos (EJA) em escolas públicas. Essa programação, que ocorre em vários espaços da Área Infantil e Juvenil, inclui saraus, bate-papos com autores, *talk shows* e espetáculos teatrais.

Paralelamente, ocorrem, na Tenda de Pasárgada, um pequeno teatro montado na Praça da Alfândega, contações de histórias, leituras encenadas e outras atividades em que a literatura é apresentada de forma lúdica, com as quais se pretende integrar à programação da feira, entre outros públicos, os analfabetos funcionais. De acordo com a Unesco, analfabetos funcionais são as pessoas que sabem escrever seu próprio nome, ler e escrever frases simples e efetuar cálculos básicos, porém são incapazes de interpretar o que leem e de usar a leitura e a escrita em atividades cotidianas, o que impossibilita seu desenvolvimento pessoal e profissional. Ou seja, os analfabetos funcionais não conseguem extrair o sentido das palavras, colocar ideias no papel por meio da escrita, nem fazer operações matemáticas mais elaboradas.

### **Programação para educadores**

Embora, em uma primeira etapa, os eventos da FLPA estivessem focados basicamente na área da Literatura, aos poucos passaram a acolher, entre seus convidados, autores de outras áreas: Arquitetura, História, Psicanálise, etc., de acordo com as propostas apresentadas por inúmeras entidades parceiras.

Um público que vem recebendo atenção especial são os educadores, que contam com um ciclo especial de atividades – A Hora do Educador, com seminários, mesas-redondas, palestras, bate-papos e oficinas sobre temas diversos, definidos em conjunto com secretarias de Educação e entidades de classe que agrupam escolas e professores, entre outros parceiros da feira.

As atividades desse ciclo ocorrem na Casa do Pensamento e em outros espaços da Área Infantil e Juvenil. Optou-se por realizá-las das 18h às 20h, porque se tem constatado que esse horário – entre a visitação escolar da tarde, que se encerra às 17h, e a da noite, que inicia às 20h – é o preferido pelos professores,

bibliotecários e diretores de escolas para realizarem suas compras, por diminuir bastante o público na área das barracas dos expositores.

Questões centrais, nessa programação, têm sido a formação e a qualificação de mediadores da leitura, além da construção de acervo de literatura de qualidade, a animação de bibliotecas, a contação de histórias, a leitura de imagens, a produção de textos literários na escola, entre outras.

### **Acessibilidade universal e inclusão social**

A FLPA é um espaço de inclusão social desde sua primeira edição, em 1955, já que o que moveu o pequeno grupo de livreiros que a fundou foi exatamente o desejo de facilitar o acesso das camadas mais pobres da população ao livro.

Em meados da década de 90, quando surgiu a possibilidade de se captar patrocínios sob o respaldo das Leis de Incentivo à Cultura e a feira assumiu nova dimensão, a Comissão Organizadora percebeu que já não era suficiente que sua programação tivesse entrada franca. Era preciso diversificá-la, torná-la capaz de interessar as mais diversas faixas etárias e os mais diversos segmentos da população, sobretudo aqueles em que persistia a dificuldade de acesso à leitura.

A Área Infantil e Juvenil, que até então funcionava de forma acanhada, passou a contar com espaço cada vez maior, primeiro, na Praça da Alfândega, logo, na Avenida Sepúlveda e, a partir de 2005, na área central do Cais do Porto. Assim foi possível ampliar e qualificar a programação oferecida às crianças e aos jovens, e organizar melhor a visitação escolar, passando-se a contar com uma frota de ônibus para levar à feira alunos de escolas públicas de sete municípios da região metropolitana de Porto Alegre.

Atualmente, além das centenas de atividades oferecidas na feira, a Câmara Rio-Grandense do Livro promove encontros com escritores e ilustradores em escolas públicas de vários municípios gaúchos, através de programas de leitura desenvolvidos com diferentes parceiros. Em 2009, foram 270 encontros.

A partir do ano 2000, a Feira passou a acolher, através do Projeto Asteroide, crianças e adolescentes que perambulam pelo centro da cidade. Meninos e meninas que moram nas ruas, dormem no Acolhimento Noturno da Prefeitura, estão abrigados ou que, mesmo vivendo com familiares, passam a maior parte do tempo nas ruas do Centro, em busca de sustento ou diversão, contam com todas as facilidades para sua higiene, alimentação e participam, em igualdade de condições, das atividades oferecidas às demais crianças e adolescentes. Em 2009, o projeto passou a ser coordenado pela Escola Municipal de Ensino Fundamental Porto Alegre, especializada no atendimento de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, em articulação com várias outras entidades envolvidas com o atendimento desses meninos.

Outra iniciativa da CRL é o projeto A Feira vai à Fase, que, desde 2002, promove encontros mensais entre autores e adolescentes que se encontram

cumprindo medidas socioeducativas no Centro de Internação Provisória Carlos Santos da Fundação de Atendimento Socioeducativa do RS. Em 2008, passou-se a promover, também, o ciclo A Feira fora da Feira, que leva autores e artistas convidados a comunidades carentes da cidade.

A comissão organizadora da FLPA tem empreendido todos os esforços para que nenhum cidadão, mesmo os portadores de necessidades especiais, sintam-se excluído. A infraestrutura do evento tem sido projetada sob a orientação da Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social de Porto Alegre. São instaladas rampas, corrimões e outros equipamentos para facilitar a visitação de cadeirantes e outras pessoas com dificuldade de locomoção, assim como sanitários químicos adaptados.

A programação é editada em Braille, graças ao apoio da Confraria dos Livros em Braille, e disponibilizada, para consulta, na Estação Multimídia, espaço de leitura dos deficientes visuais localizado no Cais do Porto. Ali, a Companhia de Processamento de Dados do Município de Porto Alegre – Procempa coloca à disposição dos interessados terminais de computadores dotados do programa Virtual Vision, sob a orientação de professora de informática cedida pela Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social, e impressora Braille.

A Confraria das Letras em Braille, integrada por escritores que cedem os direitos de obras de sua autoria para que sejam editadas em Braille, promove, anualmente, na feira, encontro em que são distribuídos exemplares dessas edições entre escolas de todo o Estado que contam com alunos cegos.

A Associação de Cegos do RS encarrega-se do atendimento de espaço de audição coletiva de audiolivros e promove atividades culturais, além das programadas para os deficientes visuais pela Comissão Organizadora da feira, como espetáculos de teleteatro e exibições de filmes com audiodescrição. Paralelamente, realizam-se mesas-redondas sobre a questão dos deficientes auditivos, contações de histórias na Língua Brasileira de Sinais – Libras com tradução para o português falado e vice-versa e apresentações de grupos artísticos integrados por alunos surdos.

Várias atividades para grande público, como a solenidade de abertura da feira, são traduzidas em libras e, a partir de 2009, a Feira passou a contar com o Portal Libras, localizado no Pórtico do Cais do Porto, para prestar orientação aos deficientes auditivos a respeito da programação e disponibilizar tradução na Língua Brasileira de Sinais, quando necessário.

As atividades sugeridas por grupos e entidades representativas da terceira idade ocorrem nas primeiras horas da tarde, quando o fluxo de visitantes ainda não é tão intenso e os idosos podem se locomover com maior facilidade pelas alamedas da Feira.

## Atividades Prévias e Posteriores

### **Preparação da visitação escolar**

É importante envolver todas as redes de ensino (e não só a municipal, como ocorre em alguns casos em que a feira é promovida pela Secretaria Municipal de Educação) em programa pedagógico, cujo início deve coincidir, de preferência, com o começo do ano letivo e culminar com a visitação de alunos, educadores e outros membros da comunidade escolar à feira.

A preparação da visitação escolar deve incluir, entre outras questões, a obtenção de informações gerais sobre a feira e do mapa do evento, análise da programação, escolha das atividades de que se participará e dos autores que se pretende encontrar. Caso a turma seja inscrita para um desses encontros, é fundamental que cada aluno leia ao menos uma obra do autor. O ideal é contar com vários títulos, que circulem entre os alunos, para que possam escolher livremente o que preferem ler. Naturalmente, espera-se que, caso ainda não a conheça, o professor que coordenará a visitação escolar também trate de se apropriar da obra do autor, para que possa realizar uma mediação efetiva.

A mediação da leitura de obras literárias não deve ser pretexto para a realização de atividades didáticas, mas sim proporcionar momentos de reflexão, prazer e fruição estética. O ideal é quando essa mediação dá espaço para comentários, relatos, troca de ideias e estabelecimento de relações com outras obras lidas. Dessa forma, a leitura prévia possibilitará que o encontro seja realmente proveitoso, com uma rica troca entre o autor e seus leitores.

É importante que os alunos participem da escolha do autor que encontrarão na feira, entre as opções oferecidas pela programação. Se as vivências literárias fazem parte do seu cotidiano, certamente esta escolha será feita em função da qualidade das obras de sua autoria e não em função de modismos ou de forma aleatória. Vale a pena, também, motivar os alunos a economizarem para comprar ao menos um livro na feira, pois a formação do leitor passa pelo ato da escolha. Assim, e não de forma autoritária, formam-se leitores de verdade, leitores “para sempre”.

A Câmara Rio-Grandense do Livro conta com o apoio de inúmeras entidades para motivar as escolas a promoverem visitas planejadas e produtivas à FLPA, entre as quais a Secretaria de Estado da Educação, secretarias municipais da Educação e o Sindicato dos Estabelecimentos do Ensino Privado no Estado do Rio Grande do Sul (Sinepe).

Na etapa prévia à feira, a CRL envia semanalmente a entidades parceiras, escolas, bibliotecas, autores, editoras e educadores cadastrados, o boletim eletrônico *Folha do Livro* (disponível no site [www.camaradolivro.com.br](http://www.camaradolivro.com.br)) com informações sobre a programação da Área Infantil e Juvenil e do ciclo A Hora do Educador,

incluindo formulários de agendamento e farta informação sobre os autores convidados. E, durante a feira, a programação completa pode ser acessada no site [www.feiradolivro-poa.com.br](http://www.feiradolivro-poa.com.br).

É importante inserir, no material disponibilizado às escolas, além da programação oferecida, informações sobre o sistema de agendamento da visita e, tratando-se de feira de grande porte, mapa em que se destaque a localização das diversas atrações e facilidades oferecidas para o público infantil.

Para evitar problemas de segurança, é importante recomendar que os alunos menores portem etiquetas ou crachás de identificação e que, no caso dos maiores, seja estabelecido um ponto de encontro e horário para que se reúnam antes do embarque. Na FLPA, foi criado com essa finalidade o Relógio do Encontro, para onde se recomenda, através da Voz do Poste (serviço de locução), que se dirija, também, qualquer pessoa que tenha se desconstrado de quem a acompanhava.

### **Envolvimento da comunidade extraescolar**

A feira do livro não pode acontecer de repente, como um fato isolado. É preciso que seja construído seu sentido para a comunidade, que a comunidade se aproprie efetivamente do evento. Só assim se mobilizará um grande público para a feira e ocorrerá um real aproveitamento do que se preparou para lhe oferecer.

Ainda na fase de formatação da programação, é importante que os organizadores estejam abertos para acolher sugestões de nomes de autores a serem convidados e temas a serem abordados. Da mesma forma, é importante manter a interlocução com a comunidade após o evento, com o objetivo de avaliá-lo e tratar de retificar rumos com vistas à qualificação de sua próxima edição.

#### **Tecendo a Feira**

Assim se chamou a programação prévia da 23ª Feira do Livro de Cachoeirinha, realizada de 25 a 29 de novembro de 2009. Entre os meses de setembro e a primeira quinzena de novembro, foram realizados encontros com autores, palestras, oficinas literárias, ciclo de leituras compartilhadas e visitas do escritor Cláudio Levitan, patrono do evento, a escolas da cidade.

## **Políticas e Programas de Leitura**

### **Políticas de leitura**

Políticas públicas de leitura claras e consistentes implementadas por alguns municípios gaúchos contribuíram para que o RS ocupe, atualmente, o posto de estado com maior índice de leitura per capita no país.

Passo Fundo conquistou notoriedade internacional por sediar a Jornada Nacional da Literatura, promovida pela Universidade de Passo Fundo com o objetivo de formar leitores em múltiplas linguagens. Em janeiro de 2006, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva sancionou a Lei nº 11.264, que conferiu ao município o título de Capital Nacional da Literatura em função da Jornada e de várias outras iniciativas relevantes relacionadas com a promoção da leitura. Sempre à frente nessa área, Passo Fundo foi o primeiro município gaúcho a lançar seu Plano Municipal do Livro e da Leitura.

Em Caxias do Sul, o Programa Permanente de Estímulo à Leitura (PPEL), criado em 2005 pela Secretaria Municipal da Cultura, desenvolve vários projetos e ações voltados à formação de leitores e à qualificação de mediadores da leitura. Por sua efetividade, conquistou o primeiro lugar no Concurso Os melhores programas de incentivo à leitura para crianças e jovens, da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil e da Petrobras em 2009.

Picada Café é outro município que já recebeu vários prêmios em função da qualidade das iniciativas que promove em prol da formação de leitores. Entre elas, destacam-se o projeto Ler em Casa, que visa a construção de uma comunidade leitora. As capelinhas religiosas, que andam de casa em casa e reúnem a família ao seu redor para rezar, serviu de inspiração para o projeto. Cada família participante recebe semanalmente uma sacola que contém livros de vários gêneros, que contemplam leitores de diferentes idades. O rodízio das sacolas é feito entre famílias do mesmo bairro, que podem sugerir livros para aquisição. Paralelamente, a Secretaria Municipal da Educação promove o Projeto Expresso da Leitura, que visa valorizar o espaço da Biblioteca Pública José Lutzenberger. Uma vez por semana, um micro-ônibus leva leitores de todas as idades para uma visita à Biblioteca Pública Municipal. Os passageiros-leitores são guiados pelo “Mordomo da Leitura”, que provoca o apetite pela leitura com notas literárias, que divertem ou antecipam o momento.

A Feira do Livro de Picada Café também é referência pela consistência de sua programação e por facilitar efetivamente o acesso da comunidade à leitura. Empresas da área do calçado, da metalurgia e do comércio têm aderido ao projeto da Prefeitura Municipal – que disponibiliza bônus-livro de 20 reais a alunos, professores e servidores públicos do município –, oferecendo o mesmo benefício a seus funcionários.

O Colégio Ipiranga, que promove a Feira Três-Passense do Livro – Fetreli, desenvolve o projeto Leia, Menino!, que funciona como uma ação entre amigos. As bibliotecas e os alunos de escolas públicas e particulares da cidade vendem os números das cartelas recebidas e depois trocam os canhotos por bônus-livro do mesmo valor, que utilizam para a aquisição de obras no evento.

O Programa Autor Presente, do Instituto Estadual do Livro – IEL, promove, desde 1972, encontros entre escritores e alunos que tiveram contato prévio com a

sua obra. O Autor Presente busca a formação de novos leitores e a difusão da literatura sul-rio-grandense, além de oferecer oportunidade de divulgação para novos escritores. O IEL é responsável pelo convite ao autor e pelo pagamento do seu cachê, e a escola ou instituição interessada, pelo deslocamento do escritor (mais informações podem ser obtidas pelo e-mail [autorpresente@via-rs.net](mailto:autorpresente@via-rs.net)).

Em Cachoeirinha, o Projeto Livro Lido tem um diferencial importante com relação a outros projetos de leitura. Cada autor é contratado para manter dois encontros: o primeiro com os educadores da escola e o segundo com os alunos.

### **Programas e projetos de Leitura da CRL**

A CRL desenvolve, com diferentes parceiros, os seguintes programas e projetos de leitura:

#### **Programa de Leitura Adote um Escritor**

Desenvolvido em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Porto Alegre, desde 2002, o Adote um Escritor promoveu, em 2009, 130 encontros com a participação de 87 autores. As 95 escolas infantis, especiais, de ensino fundamental, de ensino médio e de ensino básico da rede municipal estiveram engajadas no programa, que disponibiliza um autor para as 35 que contam com turmas de Educação de Jovens e Adultos (EJA).

As escolas recebem os recursos para a aquisição de obras, para a leitura prévia aos encontros, no primeiro semestre, tendo em vista que as visitas dos autores residentes no RS começam em agosto. Há, porém, escolas que optam por autores de fora do Estado, convidados para participar da FLPA, caso em que os encontros são realizados paralelamente ao evento, no mês de novembro.

A verba alocada pela Smed às escolas em função de sua participação na FLPA prevê, ainda, recursos para a atualização do acervo de suas bibliotecas, locação de transporte para a visitação escolar ao evento e custeio do transporte do autor adotado até a escola.

Tratando-se de um programa de leitura abrangente, que mobiliza, em muitos casos, alunos de diferentes faixas etárias e níveis de ensino, além de educadores, funcionários e outros membros da comunidade escolar, as escolas adquirem o máximo possível de títulos do autor. Por essa razão, além de critérios qualitativos, considera-se, na seleção dos autores, a amplitude de sua obra.

#### **Lendo pra Valer**

Desenvolvido desde 2008 pela CRL em parceria com a Secretaria de Estado da Educação, o Programa Lendo pra Valer promoveu, em 2009, 51 encontros em escolas estaduais da região metropolitana de Porto Alegre.

Com a finalidade de garantir a efetividade dos encontros, o Sistema Estadual de Bibliotecas Escolares – Sebe, da SEC, adquire as obras dos autores adotados para a leitura prévia e as disponibiliza às escolas.

Para 2010, foram previstos 55 encontros, em municípios que compõem as Coordenadorias Regionais de Ensino de Porto Alegre (1ª), Pelotas (5ª), Guaíba (12ª), Canoas (27ª) e Gravataí (28ª).

### **Programa de Leitura Fome de Ler**

O Programa de Leitura Fome de Ler, desenvolvido desde 2003 através de parceria com a Universidade Luterana do Brasil – Ulbra/Guaíba, tem beneficiado, anualmente, escolas municipais e estaduais de 11 municípios da região Centro-Sul do Estado. Em alguns municípios, há escolas-sede do Fome de Ler que recebem a visita dos autores e outras que participam dos encontros como convidadas.

No caso das escolas municipais, os livros para a leitura prévia são obtidos diretamente ou através das respectivas prefeituras. Cada município contribui de acordo com suas possibilidades para o êxito dos encontros com os autores e do trabalho que os antecede e, em alguns deles, como Cerro Grande do Sul, Sertão Santana, Camaquã, Minas do Leão, Arroio dos Ratos e Guaíba, já se tornou habitual a aquisição de obras de literatura infantil e juvenil de qualidade para o acervo das bibliotecas das escolas municipais.

Desde 2009, as escolas estaduais passaram a receber os autores através de articulação com o Programa Lendo pra Valer. Dessa forma, garantiu-se o acesso dos alunos às obras necessárias para a leitura prévia aos encontros, que são disponibilizadas pelo Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas, da SEC, e preservou-se o apoio pedagógico prestado pela Ulbra aos educadores que atuam como mediadores da leitura nas escolas, que são, em grande parte, alunos de seu curso de Letras.

Em 2010, o Fome de Ler assume nova dimensão com a adesão da Ulbra Canoas, que prestará apoio pedagógico a dez escolas estaduais da 27ª Coordenadoria Regional de Ensino (municípios de Canoas, Nova Santa Rita, Esteio, Sapucaia do Sul e Triunfo), que receberão os autores através do Programa Lendo pra Valer, a quinze escolas da rede municipal de ensino de Canoas e a dez escolas da Rede Ulbra, localizadas nos municípios de Canoas, Porto Alegre, Cachoeira do Sul, Candelária, Cachoeirinha, Guaíba e Sapucaia do Sul.

### **A Feira vai à Fase**

Em 2002, a Biblioteca Dona Margarida, do Centro de Internação Provisória Carlos Santos, da Fundação de Assistência Socioeducativa do RS – Fase, expôs, na Vitrine da Leitura, na FLPA, o projeto Compartilhando Livros e Sonhos, desenvolvido com adolescentes que se encontravam cumprindo medida socioeducativa.

A qualidade do trabalho realizado nas áreas da promoção da leitura e da escrita motivou a coordenação da Área Infantil e Juvenil a promover encontro de um escritor naquela unidade da Fase, já que os adolescentes não poderiam visitar o evento.

O relato do poeta Ricardo Silvestrin, que lá esteve, demonstrou que aquele era um trabalho que deveria ter continuidade. Dali em diante, a CRL passou a enviar, mensalmente, à Biblioteca Dona Margarida, um escritor, ilustrador, contador de histórias ou oficinairo e tem mobilizado apoios para enriquecer seu acervo. Foi o caso da campanha de doação de livros promovida pela Rádio Guaíba, em abril de 2009, na programação da Semana do Livro, em parceria com o Colégio La Salle Dores e o Shopping Total, a qual teve tão bom resultado que parte das obras arrecadadas foi destinada a outras unidades da Fase.

As ações educativas realizadas na etapa prévia ou durante a FLPA contam com o apoio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação – FNDE, do Ministério da Educação, que disponibiliza passagens aéreas e diárias para viabilizar a participação de autores de outros estados.

## Divulgação Direta

Pesquisas realizadas demonstram que a maior parte do público das feiras de livros toma conhecimento das atrações oferecidas por meio da mídia. No entanto, tratando-se de evento com atividades destinadas a diferentes públicos-alvo, a experiência recomenda que se conte com uma bem articulada estratégia de divulgação direta para que se possa mobilizar efetivamente as escolas e a comunidade.

Dependendo das características de cada atividade programada (tema, idioma e nacionalidade do palestrante, por exemplo), convém definir os estabelecimentos de ensino e entidades (consulados, escolas de idiomas, entidades de classe, etc.) que vale a pena contatar com vistas a sua divulgação. Em alguns casos, é importante abrir inscrições, eventualmente, com direito a certificado de participação.

A equipe de divulgação pode se encarregar, também, da definição e implementação da estratégia de distribuição das peças gráficas da Feira (afixação de cartazes em pontos estratégicos da cidade, disponibilização de pôsteres em hotéis, balcões de informações turísticas, universidades, entidades culturais e outros locais).

Tendo em vista que a programação da FLPA não está limitada a questões literárias, são promovidas reuniões com entidades e grupos representativos dos mais diversos segmentos da sociedade (profissionais liberais, professores, estudantes, deficientes auditivos e visuais, terceira idade, etc.) para levantar seus interesses. Ao terem suas sugestões acolhidas, tais representações comprometem-se a envolver seus respectivos públicos através de jornais de entidades, boletins eletrônicos e outros meios disponíveis, e a se engajar em sua realização.

## Prêmios e Concursos

É comum que sejam criados prêmios e concursos por patrocinadores ou pelos organizadores da feira do livro e que tenham sua cerimônia de premiação realizada na programação do evento.

É o caso do prêmio Fato Literário, promovido pelo Grupo RBS em parceria com o Banco do Estado do RS – Banrisul e o Governo do Estado, que acontece anualmente desde 2003, culminando na FLPA. O prêmio presta reconhecimento a personalidades e projetos que tenham se destacado e marcado fortemente o cenário da literatura no Rio Grande do Sul no ano anterior. A cada edição, os premiados são escolhidos por um júri formado por personalidades e representantes de entidades ligadas ao meio literário e através de votação popular, por cupons e internet.

Outra promoção tradicional na FLPA é o concurso Ler é tudo: Leia mais!, promovido pela Empresa Jornalística Caldas Júnior em parceria com a Rádio Guaíba, a Televisão Record-RS e o Banco do Estado do Rio Grande do Sul – Banrisul. Alunos de escolas públicas de todo o Estado criam frases sobre o ato de ler e as enviam aos promotores em cupons publicados pelo Correio do Povo, nos quais indicam, além de seus dados, os nomes de suas escolas. Os autores das oito melhores frases recebem prêmios do Banrisul e do Grupo Record, enquanto suas escolas são contempladas com 5.000 reais, em vales-compra, a serem utilizados para a renovação do acervo de suas bibliotecas.

A Nescafé, uma das empresas apoiadoras da 55ª edição da FLPA, promoveu o concurso Os melhores contos para não deixar a vida esfriar. Os 25 melhores textos inscritos por escritores amadores e profissionais de várias regiões do Estado foram editados em coletânea, além de terem lançamento no evento e serem lidos por atores na programação.

Desde 2004, o Jornal do Comércio homenageia os destaques das áreas da Economia e dos Negócios, na FLPA, com o Prêmio Cultura Econômica. Uma comissão técnica formada por professores e intelectuais de diferentes entidades escolhe as melhores obras dessas áreas, cujos autores e editores são homenageados em cerimônia realizada na programação do evento.

## Assessoria de Imprensa

É fundamental contar com Assessoria de Imprensa ou com profissional qualificado que envie periodicamente releases, fotos e outros materiais aos diferentes meios de comunicação.

A assessoria serve, também, de intermediário entre esses meios e os organizadores e/ou convidados especiais da feira, para o agendamento de entrevistas individuais ou coletivas e, eventualmente, se encarrega da atualização do site do evento.

No caso da FLPA, costuma-se realizar, além da solenidade de abertura, dois eventos prévios com a finalidade de atrair a atenção da mídia: a apresentação do Patrono e a entrevista coletiva para distribuir o *press kit* do evento.

No recinto do evento, instala-se a Sala da Imprensa, com todas as facilidades necessárias para o trabalho dos meios de comunicação que não dispõem de estande próprio: computadores, acesso à Internet, estúdios para entrevistas, fotocopiadora, telefone, etc. Além de intermediar o agendamento de entrevistas da mídia com os convidados e organizadores da feira, a Sala de Imprensa distribui boletins diários a respeito da programação e das vendas.

A clípage de matérias veiculadas pela mídia impressa e pela mídia eletrônica (rádio e televisão) ficam a cargo de empresa especializada, mas, no caso de eventos menores, pode ser feita pela própria Assessoria. Para que possam avaliar o retorno de sua participação, convém entregar aos patrocinadores, além de cópia da taxa, análise incluindo, entre outros dados, sua medição.

Havendo condições, é recomendável dispor de fotógrafo e de profissional especializado para registrar em vídeo os principais momentos da programação, aspectos da infraestrutura, depoimentos de convidados especiais e de autoridades, entre outros. Depois de editado, esse material é de grande valia para promover as próximas edições do evento, para a avaliação dos patrocinadores e apoiadores e a memória da feira.

## Cerimonial e Protocolo

A fim de evitar contratemplos, convém contar com profissional experiente em Cerimonial e Protocolo, que, entre outras providências, identifique as autoridades e personalidades cuja presença deve ser destacada pelo mestre de cerimônias na solenidade de abertura da feira e demais eventos e que estabeleça a ordem de precedência para que sejam anunciadas ou para sua fala, quando for o caso. Quando houver muitas autoridades e personalidades prestigiando o evento, é preferível destacar apenas as mais importantes a agradecer a presença das demais, referindo-se a elas de forma geral.

O mestre de cerimônias conduz a solenidade, encarregando-se de anunciar as falas previstas no roteiro de Cerimonial e Protocolo. Em qualquer caso, as autoridades devem falar de acordo com a ordem crescente de importância de seus cargos (exemplo: Secretário Municipal da Cultura, Prefeito, Governador).

Tendo em vista que, muitas vezes, as autoridades não estão suficientemente informadas sobre os objetivos e a programação da feira, é importante que o roteiro lido pelo mestre de cerimônias tenha conteúdo e não se limite às formalidades de praxe. É possível, também, fornecer ideias gerais para os discursos a serem proferidos pelas autoridades.

## Sistema de Informações

Tratando-se de feira de médio ou grande porte, é importante dispor de balcão para prestar informações ao público e disponibilizar fôlderes e outros materiais relativos à programação e, eventualmente, material turístico da cidade.

Na FLPA, a Central de Informações disponibiliza, entre outros serviços, orientação sobre a localização de livros nas barracas dos livreiros, e a Voz do Poste, sistema de locução que informa, a cada momento, as atividades em andamento e as que se iniciarão.

Tendo em vista o grande número de pedidos relativos a pessoas que se desencontram, o locutor informa, frequentemente, sobre a existência do Relógio do Encontro, para onde devem se dirigir a fim de se encontrarem. As crianças perdidas são encaminhadas ao posto da Brigada Militar.

## Memória da Feira

Um problema frequente com que se deparam os organizadores de feiras municipais de livros é a ausência de registros adequados sobre as edições anteriores, o que os obriga, ocasionalmente, a partir do zero quando começam a elaborar seu projeto.

Para evitar esse problema, recomenda-se que, além de encaminhar à área de documentação da Prefeitura a correspondência e outros documentos e materiais relativos à feira, seja organizado um arquivo que permita dar aos interessados uma visão geral de cada edição do evento.

## Avaliação do Projeto

Terminada a feira, é importante realizar uma rigorosa avaliação, considerando-se as matérias veiculadas pela imprensa, a opinião da equipe

(Comissão Organizadora, Comissão Executiva e pessoal de apoio), do público, dos expositores, dos apoiadores e dos expositores.

No caso da FLPA, a CRL realiza um encontro com os expositores, denominado Repensando a Feira, em duas etapas: a primeira, logo após o encerramento do evento e a outra dois meses antes da edição seguinte. Nessas oportunidades, levantam-se os pontos negativos e positivos da feira e tomam-se decisões sobre o que deve ser mantido e as modificações a serem implementadas para o futuro.

É cada vez mais frequente nos municípios gaúchos que, além das reuniões da Comissão Organizadora para avaliar a feira, seja realizada outra para ouvir as considerações e sugestões dos expositores.

### Relatório diário de vendas

Empresa/entidade: \_\_\_\_\_

Dia: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

Este formulário será retirado, diariamente, das barracas dos expositores, no momento em que se encerrarem as vendas.

**Total de livros comercializados:** \_\_\_\_\_

Livros mais vendidos:

Ordem	Título	Autor	Editora
1º			
2º			
3º			

Informação prestada por: \_\_\_\_\_

Celular: \_\_\_\_\_

### Relatório final de vendas e pesquisa de satisfação dos livreiros

Favor devolver este questionário, devidamente preenchido, à Comissão Organizadora, no último dia da feira, quando se encerrarem as vendas.

Empresa: \_\_\_\_\_

**Total de livros comercializados:** \_\_\_\_\_

Livros mais vendidos:

Ordem	Título	Autor	Editora
1º			
2º			
3º			

#### Como foram suas vendas na feira?

- ( ) Corresponderam às expectativas  
 ( ) Superaram as expectativas  
 ( ) Ficaram aquém das expectativas

#### Qual é sua opinião sobre as atividades culturais?

- ( ) Corresponderam às expectativas  
 ( ) Superaram as expectativas  
 ( ) Ficaram aquém das expectativas

#### Como você considera a infraestrutura da feira?

- ( ) Correspondeu às expectativas  
 ( ) Superou as expectativas  
 ( ) Ficou aquém das expectativas

O que poderia melhorar? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nome do responsável pela barraca: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## Balanço da Feira

É importante realizar uma coletiva com a imprensa ou distribuir releases logo após o encerramento da feira, fornecendo dados sobre os resultados alcançados. Exemplo:

### ***Feira do Livro de Bento Gonçalves encerra com recorde de venda e público***

*Mais de 36 mil livros vendidos e um público superior a 127 mil pessoas participam da 23ª edição do evento*

*A 23ª Feira do Livro de Bento Gonçalves encerrou ontem, 18, batendo todos os recordes. Durante os 12 dias do evento foram comercializados 36.547 livros, um aumento de 16% em relação à edição anterior que vendeu 31.478 livros. Os números também cresceram no volume de leitores que participaram dos diversos projetos do evento. A Feira do Livro atraiu um público de 127.926 mil pessoas, 21% a mais que as 106 mil registradas no ano. Os resultados foram considerados positivos pela coordenadora do evento, Eunice Pigozzo. “Trabalhamos o ano todo, todos os dias, para envolver as pessoas em torno da leitura. É gratificante ver que todo o esforço não foi em vão e que os resultados superaram as nossas expectativas”, destacou.*

*As estudantes Patrícia Aquino de Souza e Cibele Tremea, do Instituto Cecília Meireles e Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET), respectivamente, foram as vencedoras do Concurso de Redação que integrou o Projeto Informática Combina.com Gramática, promovido pela Infoserv Escola de Informática e Infoserv Computadores, juntamente com a Secretaria Municipal de Educação, 16ª CRE e Biblioteca Pública Castro Alves. As alunas ganharam uma bolsa integral para o curso de informática desejado. O computador foi entregue ao CEFET pelo diretor da Infoserv Escola de Informática, Roberto Carraro.*

*Respeitando os critérios de harmonia, criatividade e organização, a distinção “Livreiro Nota 10”, uma das inovações desta edição, foi entregue para a Livraria Aquarela, eleita por uma comissão organizadora designada pela coordenação do evento. O prêmio garante à livraria a isenção da taxa de inscrição para a 24ª Feira do Livro de Bento Gonçalves, em 2009.*

*As Amigas do Livro Thainá Tavares e Emanuelle Marcon, assim como o Patrono Airton Ortiz, foram homenageados pelos organizadores. Thainá e Emanuelle, além de terem ampliado o acervo da Biblioteca Comunitária Mário Quintana (criada por elas no porão de casa) com a doação de livros feitos durante a feira, também comemoraram o presente dado pelo Sindicato dos Servidores Públicos Municipais (Sindiserp). O computador auxiliará na organização do acervo. Elas também receberam outro computador da Universidade de Caxias do Sul (UCS).*

*O Patrono Airton Ortiz, que participou ativamente de toda a programação, foi homenageado de maneira surpreendente. Convidado a ser o general da Feira do Livro, assim como o Patrono da cidade, Bento Gonçalves da Silva, o contador de histórias foi caracterizado pelas Amigas do Livro com trajes do chefe da Revolução Farroupilha. Como*

*todo bom aventureiro, Ortiz aceitou o convite emocionado, encerrando seu pronunciamento com três palavras: “Eu amo vocês”.*

*A cerimônia também contemplou o sorteio da Cesta Literária, composta por livros doados pelos livreiros. A ganhadora foi Márcia Donini, de Bento Gonçalves.*

*A coordenadora da feira, Eunice Pigozzo, aproveitou o momento para agradecer todos os colaboradores. O prefeito Alcindo Gabrielli enfatizou a importância do evento para transformar Bento Gonçalves numa cidade de leitores. “Se compararmos a população do município com a venda de livros podemos concluir que para cada três habitantes um é leitor”, comemorou.*

*Com a participação de 25 livreiros e 30 escritores, a feira contou com uma intensa programação que não se restringiu apenas à Rua Marechal Floriano e Praça Walter Galassi. Com o objetivo de estar cada vez mais próxima da comunidade, a Feira do Livro levou atrações simultâneas também para a Via Del Vino, Clube Aliança, Salão Nobre do Palácio Municipal, SESC, Colégio Marista Aparecida, Colégio Scalabriniano Medianeira, Biblioteca Pública Castro Alves e UCS/Carvi, sem contar as 34 escolas que participaram do Projeto A Feira vai à escola.*

*A 23ª Feira do Livro de Bento Gonçalves, que trouxe o tema Meio Ambiente – “Cultive novas ideias! Leia mais!” – foi realizada de 07 a 18 de maio numa promoção da Prefeitura de Bento Gonçalves e Fundação Casa das Artes e realização da Biblioteca Pública Castro Alves. A 24ª edição da Feira do Livro já tem data definida: de 06 a 17 de maio de 2009.*

## Os Mais Vendidos

### **Infantil**

- O Velho e o Pássaro – Sandra Zeni Carli
- O segredo da Chuva – Daniel Munduruku

### **Juvenil**

- Passarinhar-se – Sérgio Napp

### **Adulto**

- A arte da guerra – Sun Tzu
- A menina que roubava livros – Markus Suzak
- Silêncio dos amantes – Lya Luft
- Na trilha da humanidade – Airton Ortiz
- Expresso para a Índia – Airton Ortiz
- Centauros de Taquara – Colmar Duarte

### **Patrocínio**

Hotel Vinocap

### **Apoio**

SESC, SMED, 16ª CRE, Câmara Rio-Grandense do Livro, CIAC,  
Clube Aliança, Colégio Marista Aparecida, Colégio Scalabriniano Medianeira,  
Congresso Brasileiro de Poesia, Infoserv Escola de Informática,  
L'América Shopping Center, Parceiros Voluntários,  
Universidade de Caxias do Sul, Rádio Universidade, UCS TV,  
Rádio Viva, Sitracom, Sindiserp, SIMMME, SEC/BG, Rádio SP3,  
Fiema Brasil 2008, AEARV, Editora Global/Gaia, AEILIJ,  
Editora Armazém de Livros, Editora Projeto,  
Fenavinho Brasil 2009, Braspol, Sociedade 20 de Novembro,  
Sociedade Quilombo, CTG Gaudério Serrano, CTG Laço Velho,  
Associação Caminhos de Pedra, CORAG, Secretaria do Meio Ambiente,  
CEACRI AABB Comunidade, FACEBG, Editora Paulus, Museu do Imigrante.

O êxito de uma feira de livros depende do envolvimento da comunidade e é de vital importância que descubra sua vocação natural a partir das características culturais, interesses e potencialidades da própria comunidade.

