



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO

BRUNA STEPHANY SANTOS MOTA

**APURANDO HISTÓRIAS:  
PERFIL NO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS  
SOBRE LITERATURA CONTEMPORÂNEA**

SÃO CRISTÓVÃO  
2023

BRUNA STEPHANY SANTOS MOTA

**APURANDO HISTÓRIAS:  
PERFIL NO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS  
SOBRE LITERATURA CONTEMPORÂNEA**

Memorial de produto jornalístico apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Michele da Silva Tavares

SÃO CRISTÓVÃO  
2023

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, por garantir que eu tivesse uma boa educação e por ter me apoiado da maneira que conseguiu.

À minha tia Cleide, minha avó e ao meu padrinho por terem incentivado e apoiado de alguma forma a minha graduação.

Ao meu grupo de amigos por terem tornado esses anos mais leves e divertidos, em especial às minhas melhores amigas Isabela Silva e Valéria Caroline, obrigada por tudo.

À minha professora e orientadora Michele Tavares, por ter me incentivado e me guiado em novos caminhos com este projeto.

À Yure Pio, por ter iluminado meus medos e trilhado esse caminho ao meu lado.

Aos meus livros, por terem me dado um Lar.

## **RESUMO:**

O presente trabalho tem como objetivo a criação de um perfil jornalístico no Instagram sobre literatura contemporânea para o público jovem, visando a criação de conteúdos informativos diferentes do encontrado no mercado atual, utilizando das ferramentas da plataforma para atrair e incentivar a literatura. O memorial irá apresentar as motivações para a realização do projeto, tanto no âmbito pessoal quanto a partir da análise do mercado jornalístico de literatura, bem como o mercado não-jornalístico distribuídos nos espaços multiplataformas, explorando também o jornalísticos de curadoria e de serviço para fundamentar o processo de produção dos conteúdos realizados.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Literatura; Instagram.

## **ABSTRACT:**

The present work aims to create a journalistic profile on Instagram about contemporary literature for young people, aiming to create informative content different from that found in the current market, using the platform's tools to attract and encourage literature. The memorial will present the motivations for carrying out the project, both on a personal level and from the analysis of the journalistic literature market, as well as the non-journalistic market distributed in multiplatform spaces, also exploring the journalistic of curatorship and service to substantiate the process of production of the realized contents.

**Keywords:** Journalism; Literature; Instagram.

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> - Subseções da editoria de cultura da Folha de S.Paulo .....	11
<b>FIGURA 2</b> - Subseções da editoria Pop & Arte do G1 .....	11
<b>FIGURA 3</b> - Seção de artigos do Suplemento Pernambuco .....	13
<b>FIGURA 4</b> - Recorte sobre quem são os produtores literários consumidos .....	18
<b>FIGURA 5</b> - Feed do perfil da Suplemento Pernambuco (@suplementope) e Feed do perfil da Central de Leitores (@centraldeleitores) .....	19
<b>FIGURA 6</b> - Recorte de um vídeo de <i>unboxing</i> de parceria e recorte de um vídeo lúdico .....	21
<b>FIGURA 7</b> - Perfil no YouTube da KabookTV .....	22
<b>FIGURA 8</b> - Audiolivro do perfil Salles Narrações .....	22
<b>FIGURA 9</b> - Episódios do podcast do Livraria em Casa .....	23
<b>FIGURA 10</b> - Recurso de pergunta, teste e de enquete dos <i>Stories</i> .....	24
<b>FIGURA 11</b> - Publicação no Instagram feita no dia 25/04/2023 e a capa da editoria mundo do portal da Folha de S.Paulo no mesmo dia .....	25
<b>FIGURA 12</b> - Alcance de todas as publicações do feed .....	27
<b>FIGURA 13</b> - Alcance dos Reels .....	28
<b>FIGURA 14</b> - Recorte sobre a preferência dos gêneros literários .....	32
<b>FIGURA 15</b> - Logomarca do APURANDO HISTÓRIAS .....	34
<b>FIGURA 16</b> - Paleta de cores do APURANDO HISTÓRIAS .....	35
<b>FIGURA 17</b> - Posts dos conteúdos do perfil .....	36
<b>FIGURA 18</b> - Planejamento de conteúdo do mês de março .....	37
<b>FIGURA 19</b> - Planejamento de conteúdo do mês de abril .....	39

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1</b> - Ranking de ficção de livros mais vendidos no período de janeiro a abril de 2023 .....	14
<b>QUADRO 2</b> - Análise S.W.O. ....	33

# SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>8</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEMÁTICA</b>	<b>10</b>
2.1 Literatura na pauta jornalística	10
2.2 Jornalismo de curadoria e serviço	15
<b>3 JUSTIFICATIVA DA MÍDIA</b>	<b>18</b>
3.1 A literatura nos espaços multiplataforma	18
3.2 O instagram como mídia	23
<b>4 PROJETO EDITORIAL</b>	<b>29</b>
4.1 Diretrizes editoriais	30
4.2 Identidade visual	34
4.3 Espelho e plano de conteúdo	37
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>43</b>
<b>APÊNDICE A - PESQUISA DE OPINIÃO</b>	<b>44</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na escola fui apresentada aos livros paradidáticos, mas sempre achei que eram livros difíceis demais para adolescentes lerem, não foi algo que me instigou o interesse. Não posso dizer que a escola foi a responsável pelo meu amor pela literatura, inclusive compartilhava dos mesmos pensamentos dos meus colegas da época, ler era chato. Sempre achei que a escola trazia paradidáticos difíceis demais para adolescentes, nunca li o clássico Dom Casmurro de Machado de Assis, nem na escola e nem depois dela, não sei se Capitu traiu ou não Bentinho.

Lembro perfeitamente dos primeiros livros que eu comprei e li, foi no ano de 2014 e eu tinha 13 anos na época, foram romances do escritor John Green: “A culpa é das estrelas” (2012) e “Quem é você, Alasca?” (2005). Talvez, hoje em dia, esses livros sejam considerados “bobos” e até irrelevantes por não trazerem discussões consideradas fundamentais para um livro ser considerado bom. Mas, sem eles, talvez eu fosse só mais uma adolescente, e futuramente adulta, que não gosta de ler e não suporta textos.

Durante a pandemia do Covid-19, os livros me mantiveram segura nesse período que todos fomos sobrecarregados de ansiedade e medo. Se tornaram um corpo presente no meu dia a dia e em quem eu era, então desde o quinto período (2022.1) eu sabia que gostaria de fazer meu Trabalho de Conclusão de Curso nessa área da literatura. Encontrei nas redes sociais um espaço em que eu poderia conversar sobre livros, encontrei indicações de livros, descobri quais gêneros literários mais gostava e conheci pessoas que também começaram a ler por causa das redes sociais.

No primeiro período do curso, o professor Daniel Brandi nos disse que se “a mídia atual não te agrada, então seja a mídia” e foi nas redes sociais que pude perceber que os adolescentes não possuem seus gostos considerados por instituições jornalísticas nas pautas de redações. Então, notando a baixa produção jornalística sobre literatura para jovens, decidi criar um produto em que eu pudesse fornecer a mídia de informação para eles, adotando os gêneros literários que eles gostariam e que não são abordados nas mídias tradicionais.

O primeiro passo para a realização deste projeto experimental foi o mapeamento do mercado editorial, a partir do qual foram analisados os portais jornalísticos que pautavam literatura e a identificação dos gêneros abordados. A partir disso, também foi realizada uma pesquisa de opinião, por meio de um formulário online para ter uma visão melhor do mercado na perspectiva dos leitores, saber quem eles eram, o que leem, quem produz os conteúdos que

eles consomem, e o principal: se eles tinham interesse em consumir conteúdo jornalístico de literatura feito para eles.

Em um primeiro momento, o memorial indica o cenário da literatura nas mídias tradicionais e no audiovisual local, os jornais e revistas especializadas em literatura como alternativa para esses conteúdos jornalísticos, em seguida expõe pesquisa feitas pelo Instituto Pró-Livro sobre o público leitor brasileiro, assim como o ranking dos livros de ficção mais em vendidos no período de janeiro à abril de 2023, além de debater sobre os conceitos do jornalismo de curadoria e de serviço, o instagram como mídia e a literatura nos espaços multiplataformas. O memorial finaliza com o projeto editorial e o plano de conteúdos do produto experimental desenvolvido.

O APURANDO HISTÓRIAS<sup>1</sup> (@apurando.historias) é um perfil jornalístico no instagram, voltado à divulgação de notícias sobre literatura contemporânea, com foco no público jovem. Mas, também, é uma realização pessoal e profissional que irá apresentar o jornalismo e a literatura em espaços diferentes dos meios convencionais. Isso porque propõe a desconstrução de que a literatura jovem pode ser abordada nesses espaços jornalísticos, além de fornecer à comunidade literária informações e debates sobre livros.

---

<sup>1</sup> Disponível em: [www.instagram.com/apurando.historias/](https://www.instagram.com/apurando.historias/) Acesso 06 maio 2023

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEMÁTICA

### 2.1 Literatura na pauta jornalística

Dentre as editorias do jornalismo tradicional, os conteúdos da literatura aparecem dentro da editoria cultural por se tratar de produção noticiosa voltada para manifestações artísticas e culturais. Críticas e reportagens sobre algum produto histórico-cultural ou lançamento de produtos e eventos são algumas das possibilidades pautadas nesse editorial. Essa editoria pode aparecer como uma seção cultural nos portais, em cadernos culturais nos impressos e revistas especializadas em cultura.

Como área especializada, esses cadernos representam a possibilidade de reflexão das manifestações artístico-culturais e, embora sintonizados com a atualidade, operam com critérios de noticiabilidade próprios, distintos daqueles utilizados pelas páginas do jornalismo cotidiano. Todos esses aspectos repercutem na prática jornalística de produção das notícias culturais, determinando assim suas características mais notórias. (MIRANDA, 2005 *citado por* FARO, 2006, p. 152)

Entretanto, a literatura é apenas um dos viés temáticos dentro das pautas do jornalismo cultural e precisa dividir a programação com as outras formas culturais existentes. De acordo com a classificação mais popular, feita por Ricciotto Canudo, em 1923, no seu livro “Manifesto das Sete Artes”, são sete as formas culturais clássicas: música, dança, pintura, escultura, arquitetura, literatura e cinema. Com isso, a literatura acaba não possuindo destaque nos seus conteúdos e quando produzidas dificilmente serão produtos imersivos, ficando restritos à divulgação de eventos, prêmios, resenhas de livros específicos ou notícias sobre escritores famosos.

Excesso de espaço destinado a roteiros de programação cultural, em detrimento de reportagens; substituição da crítica pela resenha; coberturas realizadas de modo superficial, com destaque para produtos massivos; relação comprometida da redação com departamentos de marketing de empresas que promovem eventos de cultura; e falta de seriedade no exercício da função jornalística na área cultural. (COUTO, 1996, *citado por* DE ASSIS, 2008, p.184-185)

Em caráter nacional, é possível encontrar a seção destinada à editoria de cultura em portais do *O Globo* e *Gazeta do Povo*, mas que possuem conteúdos sobre literatura com baixa frequência. Dentre os portais observados, apenas três possuem subseções na editoria de cultura específicas para a literatura, os portais da *Folha de S.Paulo*<sup>2</sup>, *Estadão*<sup>3</sup> e o *Zero Hora*<sup>4</sup>. Neles é possível encontrar informações nacionais, críticas de livros e discussões. Entretanto, são

---

<sup>2</sup> Disponível em: [www1.folha.uol.com.br/ilustrada/livros/](http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/livros/) Acesso 06 maio 2023

<sup>3</sup> Disponível em: [www.estadao.com.br/cultura/literatura/](http://www.estadao.com.br/cultura/literatura/) Acesso 06 maio 2023

<sup>4</sup> Disponível em: [gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/livros/ultimas-noticias/](http://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/livros/ultimas-noticias/) Acesso 06 maio 2023

poucos jornais para que haja uma acessibilidade a informações de literatura e isso pode ser percebido por diversos motivos, entre eles a crise do mercado editorial de impressos em que os cadernos de cultura foram reduzidos, o que acabou impactando na cobertura de literatura.

**Figura 1: Subseções da editoria de cultura da Folha de S.Paulo e do Estadão**



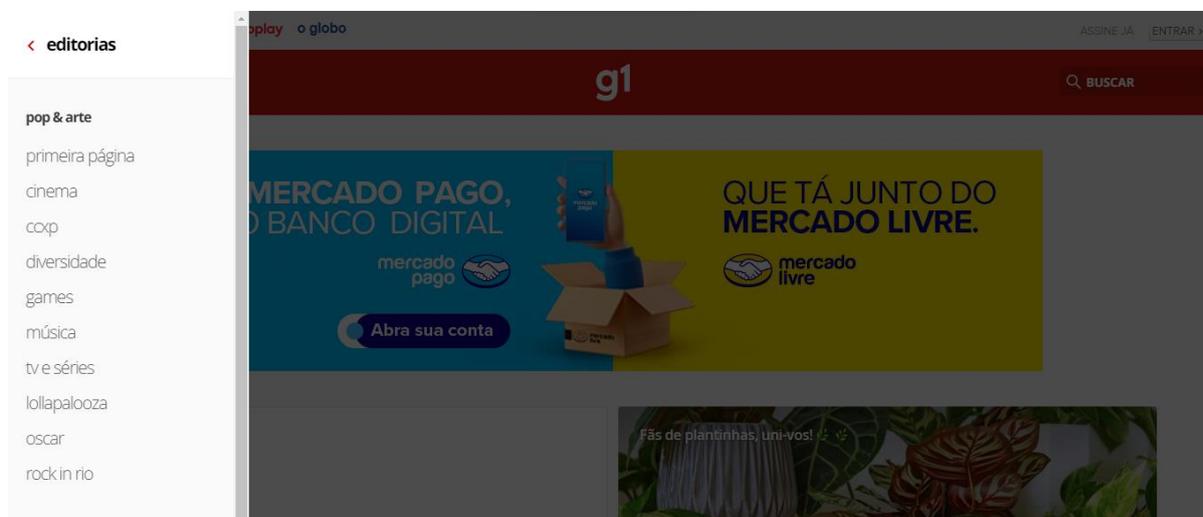
**Fonte:** Captura de tela do portal Folha de S.Paulo feito pela autora



**Fonte:** Captura de tela do portal Estadão feito pela autora

Em casos mais conflitantes, existem os portais jornalísticos que possuem editoria de cultura, mas que já excluem a literatura da sua grade de conteúdos. Como é o caso do portal do *G1* do grupo Globo que sua editoria de Cultura é nomeada de “Pop & Arte” e seus conteúdos são voltados para programação e artistas de cinema, música, séries, games e outros. Se for pesquisado por “livros” na ferramenta de busca do site, é possível encontrar alguns conteúdos que foram publicados sobre eventos e lançamentos de livros.

**Figura 2: Subseções da editoria Pop & Arte do G1**



**Fonte:** Captura de tela do portal G1 feito pela autora

A nível local, os conteúdos jornalísticos voltados à literatura são mais escassos, devido a diversos fatores como o jornalismo de massa, empresas pequenas e interesse do público. Em Sergipe, na perspectiva audiovisual, é possível encontrar atualmente o quadro *Bora ler*<sup>5</sup>, na programação matinal do *Bom dia Sergipe* da emissora TV Sergipe, que voltou à programação em abril de 2023 após meses fora do ar. O quadro é atrelado ao telejornal matutino e possui o objetivo de estimular o hábito de leitura. Antes do retorno, os conteúdos de literatura ficavam restritos à produções esporádicas que surgissem. No jornalismo online, o local segue o mesmo padrão dos nacionais com editorias de cultura, com destaque para agenda de eventos, mas sem especificidade em literatura.

Essa escolha editorial dos conteúdos pautados também deve considerar o interesse do público para o consumo de notícias específicas. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 (edição mais recente encontrada), 84% dos leitores de jornais buscam se informar sobre o dia a dia, as seções mais lidas são as de notícias cotidianas (28%), esportes (24%), policial (16%), política brasileira (14%), classificados (12%), cultura e lazer (10%) e economia brasileira (10%). Se as notícias jornalísticas no geral já possuem uma filtragem sobre o nível de relevância e interesse público, as informações de literatura irão existir, mas com uma filtragem muito maior.

Leitores com interesse em se informar sobre literatura com mais facilidade, precisam optar por veículos especializados ou informais. Nesses veículos especializados pode-se encontrar o modelo narrativo conhecido como Jornalismo Literário que incorpora elementos da literatura no seu modelo narrativo e, por tratar-se de um estilo narrativo diferente do usual, será comum encontrar em grandes reportagens, livro reportagem e resenhas críticas, sendo pouco utilizado em veículos diários. Felipe Pena, jornalista e escritor do livro “Jornalismo Literário” (2006) diz que essas produções:

“Significa potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lead, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos.” (PENA, 2006, p. 6)

Por tratar-se de um tema específico com produções imersivas, será aplicado com mais frequência por jornalistas independentes ou em revistas e portais especializados para a literatura. Como é o caso do *Suplemento Pernambuco*<sup>6</sup>, o jornal literário (como se descreve)

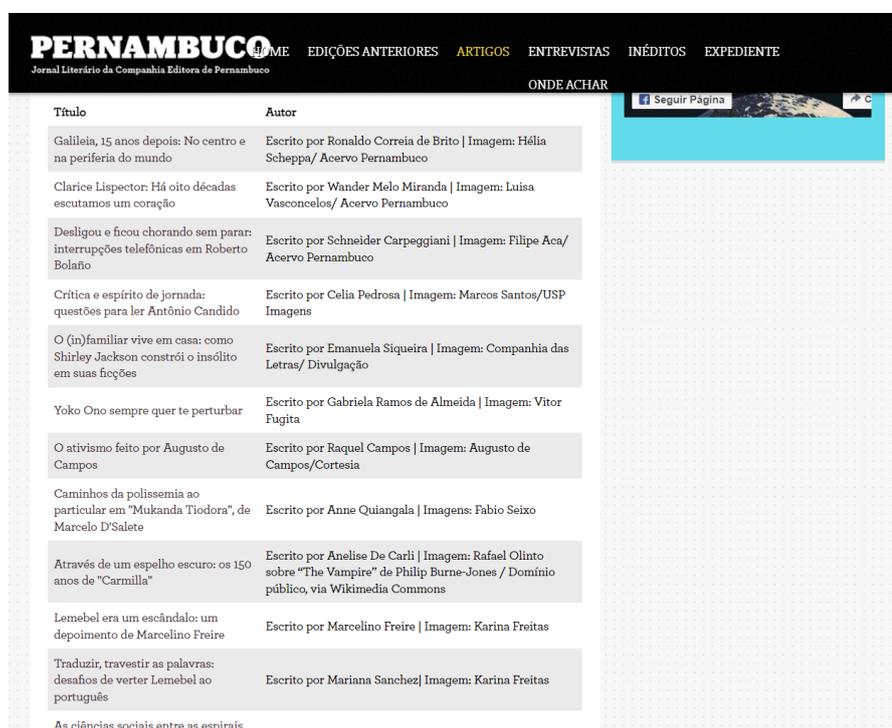
---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11573404/>. Acesso 06 maio 2023

<sup>6</sup> Disponível em: <http://suplementopernambuco.com.br/>. Acesso 23 abr 2023

produzida pela Companhia Editora de Pernambuco desde 2007; e a *Quatro Cinco Um*<sup>7</sup>, a revista dos livros (como se descreve), periódico literário da *Folha de S.Paulo* desde 2017. Ambos os portais possuem produções imersivas e críticas sobre a literatura tradicional.

**Figura 3: Seção de artigos do Suplemento Pernambuco**



Título	Autor
Galileia, 15 anos depois: No centro e na periferia do mundo	Escrito por Ronaldo Correia de Brito   Imagem: Hélia Scheppa/ Acervo Pernambuco
Clarice Lispector: Há oito décadas escutamos um coração	Escrito por Wander Melo Miranda   Imagem: Luisa Vasconcelos/ Acervo Pernambuco
Desligou e ficou chorando sem parar: interrupções telefônicas em Roberto Bolaño	Escrito por Schneider Carpeggiani   Imagem: Filipe Aca/ Acervo Pernambuco
Crítica e espírito de jornada: questões para ler Antônio Candido	Escrito por Celia Pedrosa   Imagem: Marcos Santos/USP Imagens
O (in)familiar vive em casa: como Shirley Jackson constrói o insólito em suas ficções	Escrito por Emanuela Siqueira   Imagem: Companhia das Letras/ Divulgação
Yoko Ono sempre quer te perturbar	Escrito por Gabriela Ramos de Almeida   Imagem: Vitor Fugita
O ativismo feito por Augusto de Campos	Escrito por Raquel Campos   Imagem: Augusto de Campos/Cortesia
Caminhos da polissemia ao particular em "Mukanda Tiodora", de Marcelo D'Saleta	Escrito por Anne Quiangala   Imagens: Fabio Seixo
Através de um espelho escuro: os 150 anos de "Carmilla"	Escrito por Anelise De Carli   Imagem: Rafael Olinto sobre "The Vampire" de Philip Burne-Jones / Domínio público, via Wikimedia Commons
Lemebel era um escândalo: um depoimento de Marcelino Freire	Escrito por Marcelino Freire   Imagem: Karina Freitas
Traduzir, travestir as palavras: desafios de verter Lemebel ao português	Escrito por Mariana Sanchez   Imagem: Karina Freitas
As ciências sociais entre as espirais	Escrito por Eudás Botelho   Imagem: Vitor Fugita

**Fonte:** Captura de tela do Suplemento Pernambuco feita pela autora

Os gêneros literários mais pautados são os de não-ficção, clássicos ou até mesmo biografias, e por esses aspectos editoriais de conteúdos é possível notar que as atuais produções literárias disponíveis, seja os jornais com editorias de cultura ou as revistas especializadas, são destinadas ao público adulto. Esse fator entra em contradição com dados referentes ao próprio público leitor brasileiro. Segundo a pesquisa “Retratos da leitura no Brasil” realizada pelo Instituto Pró-Livro (IPL) em 2020, as maiores proporções de leitores são entre crianças e adolescentes. Na faixa de 11 a 13 anos, 81% são leitores; seguido pelo público de 14 a 17 anos com 67% e o público de 18 a 24 anos com 59% sendo leitores.

Outro dado que pode ser analisado é o ranking dos livros de ficção (gênero que se enquadra melhor no recorte do projeto) mais vendidos elaborado pelo site PublishNews<sup>8</sup> nos meses de janeiro, fevereiro, março e abril de 2023 (período da elaboração do projeto). Os livros

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.quatrocincoum.com.br/br/home>. Acesso em 24 abr 2023

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking>. Acesso 24 abr 2023

da tabela abaixo fazem parte da literatura contemporânea e não são contemplados em portais tradicionais jornalísticos, além de possuírem classificação indicativa mais jovem. Ou seja, os poucos veículos de comunicação que produzem conteúdo de literatura, não produzem para o público majoritariamente leitor brasileiro.

**Quadro 1: Ranking de ficção de livros mais vendidos no período de janeiro a abril de 2023**

<b>Mês</b>	<b>Livro</b>	<b>Autor</b>	<b>Gênero</b>	<b>Cópias Vendidas</b>
<b>Janeiro</b>	É assim que começa	Collen Hoover	Romance	16.356
	É assim que acaba	Collen Hoover	Romance	15.535
	A mandíbula de Caim	Edward Powys Mathers	Suspense	12.483
	A biblioteca da meia-noite	Matt Haig	Ficção científica	4.825
	A hipótese do amor	Ali Hazelwood	Romance	4.618
<b>Fevereiro</b>	É assim que acaba	Collen Hoover	Romance	11.998
	É assim que começa	Collen Hoover	Romance	11.810
	A mandíbula de Caim	Edward Powys Mathers	Suspense	5.399
	A biblioteca da meia-noite	Matt Haig	Ficção científica	3.880
	Verity	Collen Hoover	Suspense	3.720
<b>Março</b>	É assim que acaba	Collen Hoover	Romance	11.855
	É assim que começa	Collen Hoover	Romance	10.887
	A biblioteca da meia-noite	Matt Haig	Ficção científica	4.865
	Onde estão as flores	Ilko Minev	Ficção	4.592
	Tudo é rio	Carla Madeira	Ficção	4.285

<b>Abril</b>	Onde estão as flores	Ilko Minev	Ficção	8.726
	É assim que começa	Collen Hoover	Romance	4.961
	É assim que acaba	Collen Hoover	Romance	4.843
	Tudo é rio	Carla Madeira	Ficção	3.352
	A biblioteca da meia-noite	Matt Haig	Ficção científica	3.037

**Fonte:** Elaborado pela autora com dados da PublishNews

Diante desse cenário de baixa produção jornalística sobre literatura, em especial para o público jovem, é interessante a criação de perfil jornalístico que abarque esses outros gêneros que os jornais tradicionais não cobrem, isso além de poder proporcionar ao público jovem um local informativo para eles. O incentivo a leitura no perfil tentará suprir os conteúdos e públicos não agraciados pelo jornalismo tradicional.

## **2.2 Jornalismo de curadoria e serviço**

O jornalismo possui como função central transmitir a verdade dos acontecimentos à sociedade, funcionando como uma prestação de serviço público. O “jornalismo é informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com objetivo de difundir conhecimento e orientar a opinião pública no sentido de promover o bem comum” (BELTRÃO, 2006, p.30 *citado por* VAZ, 2008, p.2). De acordo com o modelo ampliado do pesquisador Marques de Melo (2007), os gêneros jornalísticos podem ser classificados em cinco tipos: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional.

Em destaque ao gênero utilitário, ele pode ser classificado em quatro subcategorias: indicador, cotação, roteiro e serviço. Ele é um gênero voltado para produtos que possuem o objetivo de orientar o leitor de alguma forma. "Os meios de comunicação de massa utilizam-se do jornalismo para prestar serviços de utilidade pública, muitas vezes, sobre assuntos e temas que fazem parte do cotidiano dos cidadãos." (VAZ, 2008, p. 8-9). Muitas das vezes esses subgêneros são utilizados para preencher e cobrir conteúdos/temas que não possuem categorias e áreas específicas.

Isso pode ser percebido no jornalismo de serviço, aquele que é utilizado para orientar o leitor sobre algum assunto, seja ele com curiosidades ou dar dicas do dia a dia. No impresso,

o jornalismo de serviço podia ser percebido com mais facilidade nos cadernos de classificados com divulgação de vagas de empregos e venda de imóveis. Hoje em dia, esse formato pode ser identificado nas informações sobre cotação do dólar, previsão do tempo, espaços de procura de animais perdidos ou até mesmo pessoas desaparecidas, e até mesmo aqueles minutos de programa ou matéria de veículo sobre dicas financeiras, de decoração e outros segmentos, por exemplo. Devido a natureza cotidiana do gênero, o consumidor não consegue identificar com facilidade que determinada informação faz parte do jornalismo de serviço como acontece com editoriais de política, cultura ou esportes, fazendo com que esses conteúdos se misturem entre si.

No caso da literatura, ela não possui editoriais específicas e não é tão coberta pelos veículos como vimos anteriormente, mas o jornalismo de serviço pode surgir como uma alternativa para preencher uma cota de conteúdos do ramo. Outra forma de pautar esses conteúdos é com o formato do jornalismo de curadoria que surgiu a partir da sobrecarga de informações, que “tornou essencial a filtragem e contextualização dos conteúdos publicados na internet para que indivíduos e organizações possam tomar decisões adequadas às suas necessidades e desejos” (CASTILHO e COELHO, 2014, p. 310).

A função de filtragem dos conteúdos pode se assemelhar a função do “Gatekeeper” realizada por alguns profissionais dentro da redação. Entretanto, no jornalismo de curadoria os conteúdos são filtrados de acordo com critérios de noticiabilidade e relevância, enquanto no jornalismo convencional o fator do tempo/atualidade tem fator de peso para as escolhas. Weisgerber *citado por* Ramos (2012) definiu as etapas de curadoria em oito, são elas: 1) Identificar a audiência, 2) selecionar os conteúdos com base na relevância, 3) contextualizar as informações, 4) classificar os conteúdos coletados, 5) definir um formato e creditar as fontes, 6) publicar o conteúdo, 7) engajar a audiência, 8) monitorar o engajamento.

O jornalismo de curadoria pode aparecer como portais agregadores de conteúdos externos, ou seja, jornais que selecionam os conteúdos mais relevantes de outras fontes e oferecem eles num só espaço. Isso não significa que não haja conteúdo próprio, mas que a plataforma será também será “morada” para esses conteúdos. Esse formato pode simplificar algumas coisas, por exemplo, seria mais fácil o leitor acessar um único portal com conteúdos do nicho que gostaria em vez de acessar um jornal com conteúdos gerais e ter que procurar dentre tantas informações. Pode-se dizer que é a seleção dos conteúdos para o público específico, como explica Zenidarci:

O jornalista curador seria o responsável por reunir conteúdos de temas semelhantes ou de dar visibilidade àqueles que, dentro de um contexto, possam ser mais relevantes, baseado em sua experiência profissional, suas subjetividades e também

em valores-notícia, como já ocorre hoje, porém com o olhar mais próximo dos anseios do espectador, que agora expressa claramente o que lhe parece mais interessante e compreendendo as particularidades comunicacionais de cada uma das plataformas a que os conteúdos se destinam (ZENIDARCI *citado por* DIAS, 2022, p.26)

No caso da literatura, há portais com alguns conteúdos de literatura, mas que talvez possuam diversos gêneros literários na pauta, então podem surgir veículos que filtrem esses conteúdos de acordo com os interesses do público, que é o caso do protótipo deste projeto. O APURANDO HISTÓRIAS será um protótipo jornalístico que irá utilizar da curadoria para filtrar os assuntos abordados no perfil, utilizando dos valores-notícias de importância e utilidade visando os gêneros escolhidos de acordo com o público-alvo. Visto que o público jovem possui dificuldade em encontrar veículos jornalísticos que pautem os gêneros literários lidos por eles (como visto no tópico acima), a ideia do projeto é filtrar e fornecer esses conteúdos buscados.

Outro meio, além dos portais, para o jornalismo de curadoria são as *Newsletter* que significam uma seleção de conteúdos com temas já pré-estabelecidos encaminhados diretamente para o público-leitor por e-mail. Elas podem funcionar de duas formas, como uma “degustação” do conteúdo completo informando ao leitor que há novos conteúdos publicados, e podem funcionar como uma ferramenta para fornecer conteúdos exclusivos ou antecipadamente. Por exemplo, a editora de livros *Galera Record*<sup>9</sup> possui uma *newsletter* intitulada como “mensagem na garrafa” e é utilizada para divulgação de novos lançamentos e novidades no geral.

As *Newsletter* também são uma ótima ferramenta para os veículos que não possuem espaço específico para a literatura, mas que gostariam de oferecer esses conteúdos de alguma forma. Outro exemplo é a *Newsletter* literária do perfil *Nonada Jornalismo*<sup>10</sup>, que é utilizada como um segundo meio informativo, além do próprio perfil, mas agora com conteúdos de literatura. Essa ferramenta é uma boa opção para manter o público engajado nos seus conteúdos, no APURANDO HISTÓRIAS ele não foi implementado devido ao tempo e por decidir que seria melhor esperar a formação de um público consolidado, mas que pode ser utilizado futuramente.

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/galerarecord/>. Acesso 06 maio 2023

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/nonadajornalismo/>. Acesso 24 abr 2023

### 3 JUSTIFICATIVA DA MÍDIA

#### 3.1 A literatura nos espaços multiplataforma

Além dos conteúdos jornalísticos (feitos por jornalistas), a literatura ganha destaque nos meios não-jornalísticos, ou seja, produzidos por criadores de conteúdos, que podem ser influenciadores, blogueiros ou os próprios escritores. Estes utilizaram as redes sociais para monetizar um *hobby* que já é frequente no cotidiano deles: os livros. Muitas vezes os leitores preferem consumir o conteúdo por esses criadores em vez daqueles produzidos por mídias jornalísticas, os motivos podem variar desde os gêneros pautados como a linguagem abordada.

Foi realizada uma pesquisa de opinião por meio de um formulário online (APÊNDICE A), no período de 15 dias, com possíveis leitores que de alguma forma já consomem conteúdos de literatura em outros meios, o objetivo era identificar o perfil do público, de forma que possibilitasse o planejamento de estratégias para pautar conteúdos. Para o desenvolvimento do formulário, foi utilizada como referência Novelli (2009) que diz que a pesquisa de opinião:

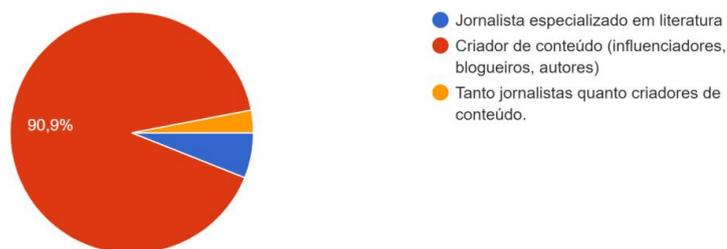
“tem se mostrado instrumento tão valioso para a sociedade contemporânea, que, muitas vezes, deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública para torna-se a própria expressão desta. Sua aplicação extrapolou os limites do campo político, no qual despontou com maior intensidade, e, hoje, tornou-se reconhecido método de investigação científica para a maioria dos campos de conhecimento, inclusive para a Comunicação Social.” (NOVELLI, 2009, p.164)

A partir dele foi possível definir algumas escolhas editoriais e identificar o problema referente aos produtores de conteúdos consumidos pelos leitores. Uma das perguntas em questão visava obter dados sobre quem produzia os conteúdos que os entrevistados consumiam, 90,9% dos entrevistados responderam que consomem conteúdos de literatura por criadores de conteúdos e apenas 6,1% consomem por jornalistas.

#### **Figura 4: Recorte sobre quem são os produtores literários consumidos**

Quem produz o conteúdo que você consome?

33 respostas



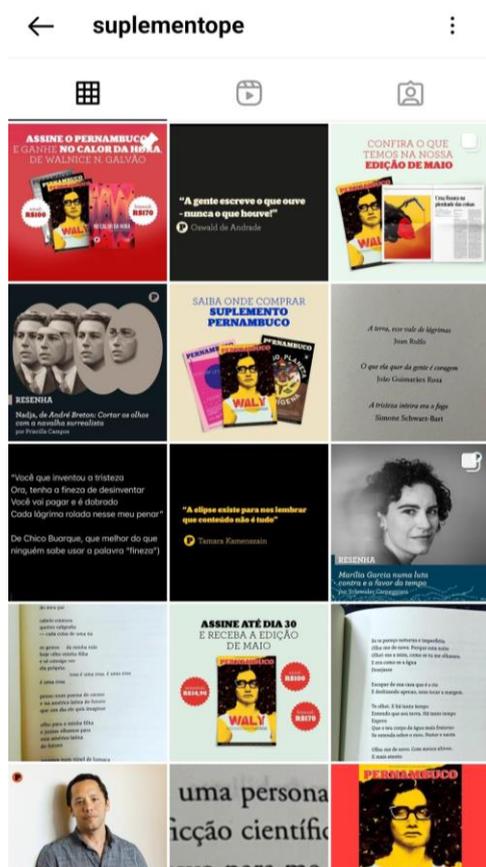
**Fonte:** Pesquisa de opinião elaborado pela autora

De acordo com esse dado podemos observar algumas diferenças entre a forma de conteúdo produzida por ambos na plataforma do Instagram. Por exemplo, a revista *Suplemento Pernambuco*<sup>11</sup> (especializada em livros) mantém suas publicações em formato apenas de imagem com legenda, com conteúdos de livros e sobre a revista impressa. Já um criadora de conteúdo não-jornalística, por exemplo, o perfil *Central dos leitores*<sup>12</sup> (@centraldosleitores), administrado por Marina Suriz - estudante de direito, possui um perfil que conversa melhor com o público, ela traz conteúdos em vídeos curtos, com uma linguagem descontraída, além de trazer indicações e algumas informações sobre o próprio universo de livros.

**Figura 5: Feed do perfil da Suplemento Pernambuco (@suplementope) e Feed do perfil da Central de Leitores (@centraldeleitores)**

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/suplementope/> Acesso 27 abr 2023

<sup>12</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/centraldosleitores/> Acesso 27 abr 2023



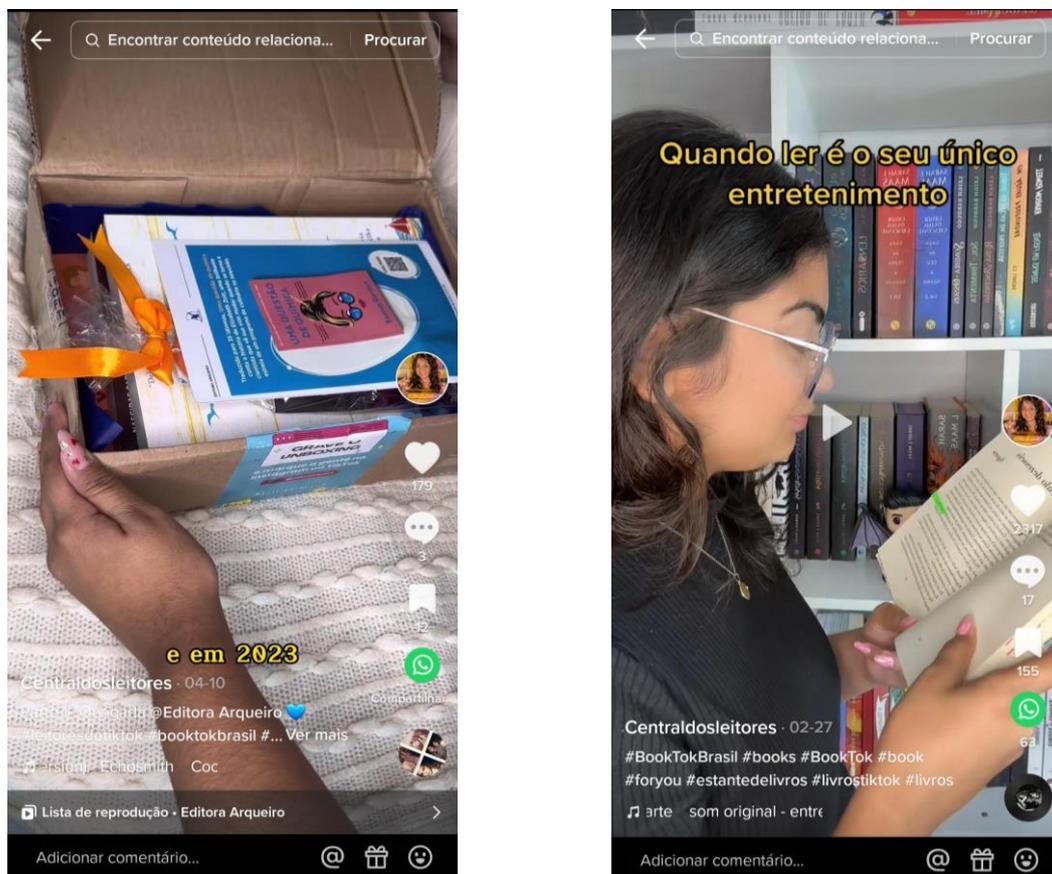
Fonte: Captura de tela realizado pela autora no dia 27/04/2023

O feed de ambos reflete diretamente no público alvo, enquanto a revista permanece na mesma estética do site, tanto na tonalidade das cores ou sem inovar e utilizar as outras ferramentas da plataforma; os criadores influenciadores apostam em uma linguagem descontraída e com estética colorida para conversar diretamente com os leitores brasileiros, que como foi visto acima são crianças e adolescentes.

Geralmente, os criadores de conteúdo utilizam mais de uma plataforma simultaneamente para divulgação dos seus conteúdos, sejam eles no Instagram e *TikTok* ou Instagram e YouTube, e dentre outros. No caso da plataforma do *TikTok* ela se tornou uma mídia forte no campo da literatura e por ser uma plataforma de vídeos os conteúdos precisam ser chamativos e atrativos para prender o público nos segundos iniciais, antes que ele “deslize para cima” (ação de pular o vídeo). Por isso, a plataforma é famosa pelos seus conteúdos dinâmicos e pelas *trends*, que são os estilos de vídeos em alta, desafios, músicas, coreografias e até mesmo dublagem. No caso da literatura, os conteúdos encontrados são de indicações de livros feitos de forma lúdica ou com dublagens, *unboxing* de livros e colagens sobre a história

dos livros. Utilizando de exemplo o mesmo perfil da Central de Leitores<sup>13</sup>, também é possível encontrar seus conteúdos por lá, às vezes são *reposts* do mesmo vídeo nas duas plataformas e em outras vezes algo diferente, mas no mesmo estilo de linguagem e conteúdo.

**Figura 6: Recorte de um vídeo de *unboxing* de parceria e recorte de um vídeo lúdico**



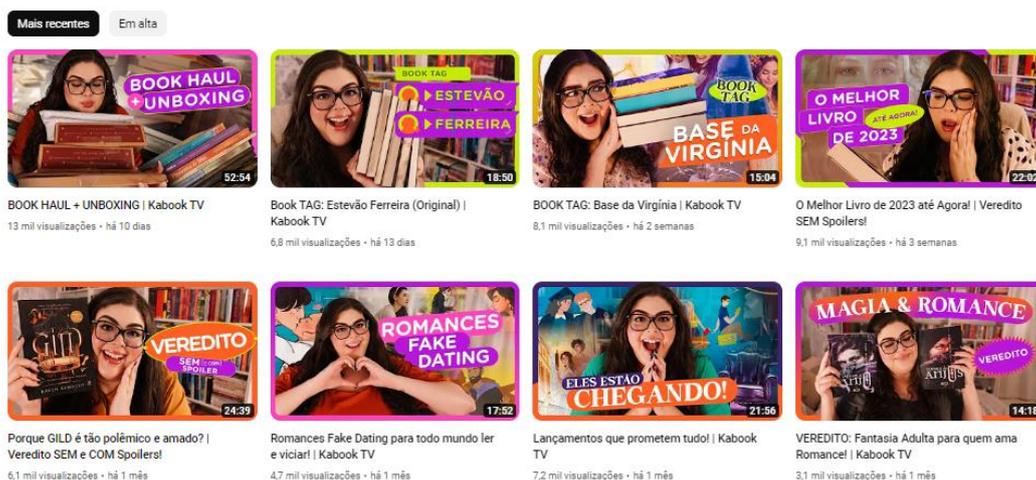
**Fonte:** Captura de tela do perfil @centraldosleitores feito pela autora no dia 27/04/2023

O YouTube possui um conteúdo diferente do Instagram e do *TikTok*, porque se trata de conteúdos em vídeos extensos, podendo chegar a mais de 1h de vídeo. Então, na plataforma é mais fácil encontrar resenhas contextuais, debates sobre temas e até mesmo *trends* maiores. Um exemplo é a *KabookTV*<sup>14</sup> da influenciadora Karine Leôncio, que possui canal em todas as plataformas sociais: Instagram, *TikTok*, *Twitch* e no YouTube. Seus conteúdos se adaptam de acordo com os formatos das respectivas plataformas, no caso do YouTube eles são mais focados em discussão sobre livros, indicações, recebidos do ano e dentre outros.

**Figura 7: Perfil no YouTube da KabookTV**

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.tiktok.com/@centraldosleitores> Acesso 27 abr 2023

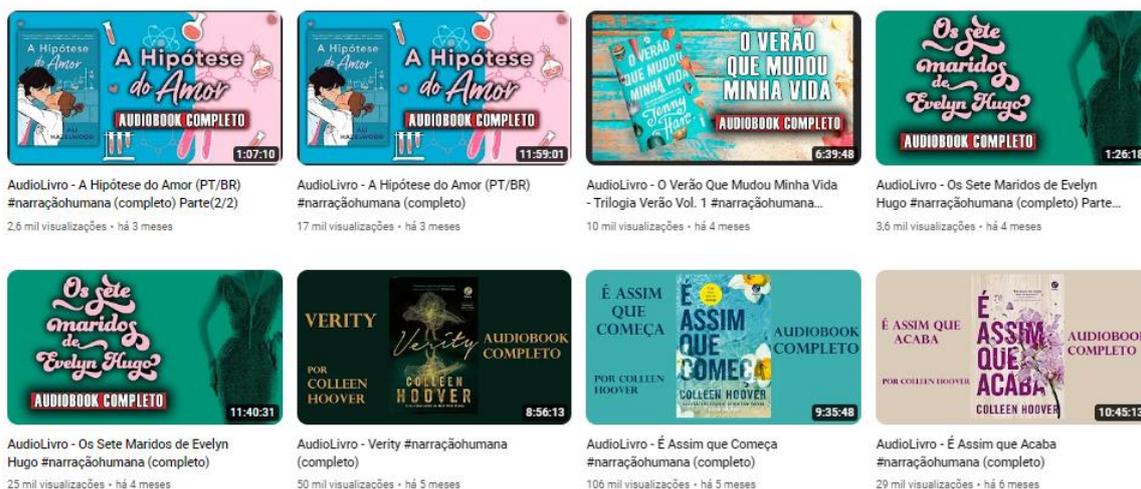
<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@kabooktv> Acesso 27 abr 2023



Fonte: Captura de tela feito pela autora

A plataforma do YouTube também é conhecida por seus conteúdos de audiobook feitos por alguns criadores de conteúdo, que é basicamente a leitura de capítulos de algum livro específico. Também é possível encontrar esse formato de conteúdo nos aplicativos do Spotify ou em específicos de audiobook como o *Skeelo*, por exemplo.

Figura 8: Audiobook do perfil Salles Narrações<sup>15</sup>



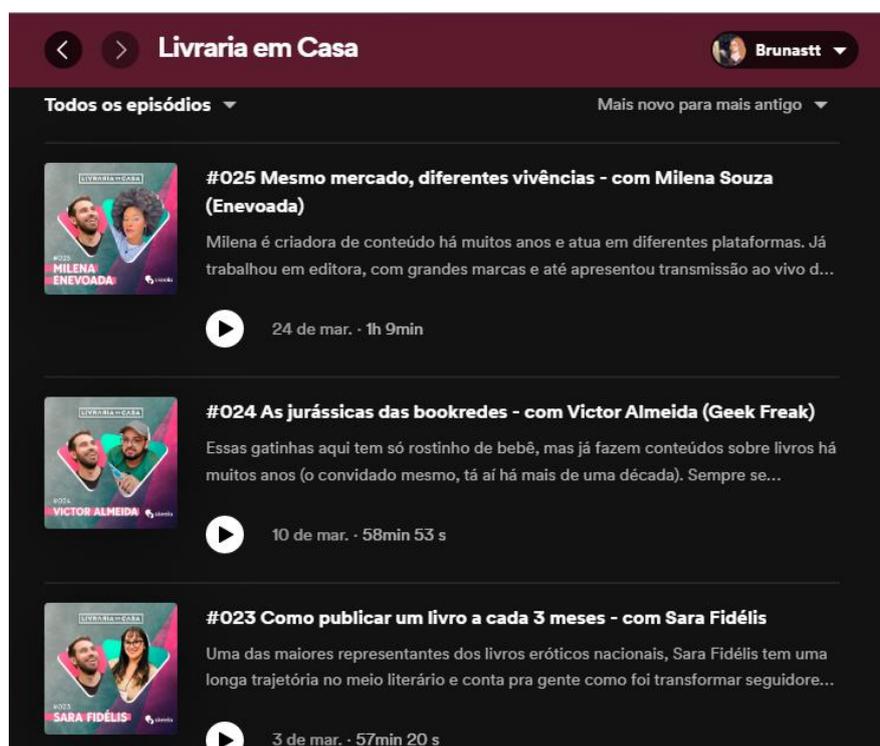
Fonte: Captura de tela feita pela autora no dia 27/04/2023

No Spotify temos os conteúdos de audiobook, mas também é possível acompanhar alguns conteúdos de literatura no formato de *podcast* com entrevistas com escritores e convidados feitos no perfil do Livraria em Casa do criador Paulo Ratz. O perfil também está

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/@sallesnarracoes/> Acesso 27 abr 2023

presente no Instagram, *TikTok* e YouTube. Entretanto, o Spotify não é uma plataforma com abundância de conteúdos como nas outras plataformas por se tratar de aplicativo de músicas.

**Figura 9: Episódios do podcast do Livraria em Casa**



**Fonte:** Captura de tela feito pela autora no dia 27/04/2023

Como visto, a literatura está presente em diversas mídias e cada uma produz um tipo de conteúdo de acordo com o formato das plataformas. Mas também foi possível evidenciar a baixa quantidade de conteúdos produzidos por jornalistas sobre a área e, principalmente, para o público jovem. Desse modo, o objetivo do APURANDO HISTÓRIAS é mesclar o formato jornalístico com conteúdos mais dinâmicos e com linguagem para o público alvo.

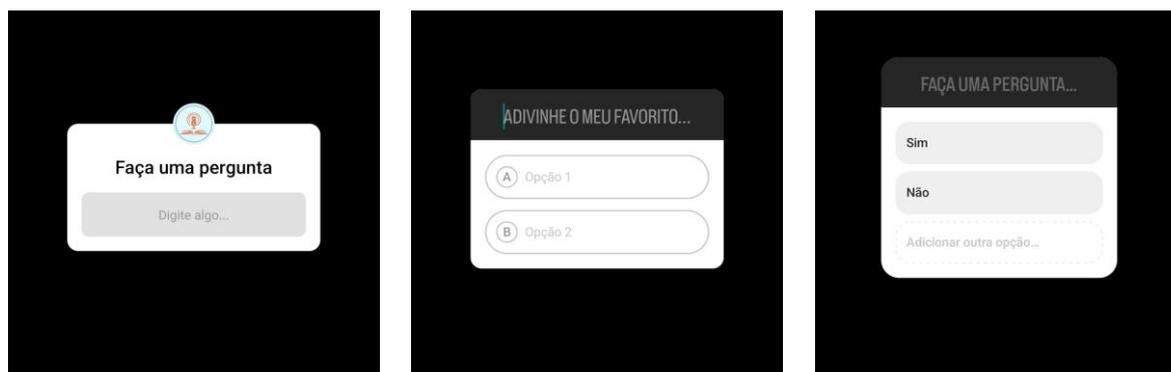
### **3.2 O Instagram como mídia**

Quando o Instagram foi desenvolvido em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, ele era destinado apenas para compartilhamento de fotos e funcionava como uma galeria em que todos postam por lazer. Quando foi lançada, a plataforma estava disponível apenas para Apple, aparelhos de iPhone, mas já no primeiro dia alcançou 25.000 usuários ativos. Em 2012, o aplicativo foi vendido para o criador do Facebook, Mark Zuckerberg e, no mesmo ano, disponibilizado para os aparelhos Android. Após isso, o Instagram se tornou um fenômeno social e passou por diversas mudanças, principalmente no objetivo central que passou de compartilhamento de fotos para priorização de vídeos.

Um dos primeiros recursos adicionados foi a ferramenta de *Stories* em 2016, derivada do aplicativo Snapchat (aplicativo exclusivo para vídeos e fotos rápidas), que permitia a publicação de imagens e vídeos de até 15 segundos e ficava disponível por 24 horas. Atualmente a ferramenta possui novas opções como: vídeos de 30 segundos, hiperlinks e novas opções interativas. Nos *Stories* é possível publicar mais rapidamente sobre seu dia a dia, além de permitir a interação com os amigos e seguidores. Essa ferramenta deu a oportunidade para que futuramente surgisse o lançamento de transmissões ao vivo na plataforma.

A funcionalidade de *Stories* e transmissões ao vivo permite mais agilidade na divulgação de conteúdos, porque, por exemplo, nos stories é possível fazer diversas postagens simultâneas que serão reproduzidas em sequência e as transmissões ao vivo garantem conversar diretamente com o público em tempo real. Mesmo funcionando com base no algoritmo, dá mais possibilidades que a opção de compartilhamento de imagens no feed. Outra função que também pode ser aproveitada é a facilidade de interação que esses recursos permitem. Nos *Stories* o produtor e consumidor conseguem interagir rapidamente com respostas nas imagens e vídeos ou utilizando as novas ferramentas de interação: caixinha de perguntas, teste e enquetes.

**Figura 10: Recurso de pergunta, teste e de enquete dos *Stories***



**Fonte:** Captura de tela do Instagram realizado pela autora

Em 2019, no auge da pandemia do Covid-19, o *TikTok* estourou nas redes sociais com nova proposta de conteúdo e com a rivalidade do mercado o Instagram trouxe uma ferramenta semelhante em fase de teste, inicialmente chamado de “Cenas”. A ferramenta hoje é conhecida como reels e ganhou um espaço fixo na rede social após o *TikTok* atingir 1.289 bilhão de usuários ativos, ultrapassando o Instagram que tinha 1.221 bilhões, de acordo com o relatório de mercado feito pela empresa *Statista*, em 2021. A proposta é ser um novo “feed” para o

formato de vídeos, é um espaço que o público pode consumir vídeos seguidos de até 90 segundos (1 minuto e 30 segundos).

O jornalismo precisou se adequar aos novos formatos digitais e foi utilizando perfis na plataforma para divulgação enxuta dos seus conteúdos dos sites, já que pode ser usada também para consumo rápido das informações. No Instagram, os portais costumam fazer um resumo da matéria e torná-la mais simples e rápida, leitores que não tiverem tempo ou que quiserem apenas saber o que está acontecendo no mundo conseguem se informar superficialmente e aqueles que tiverem interesse podem acessar os links deixados na plataforma com o conteúdo completo.

As publicações citadas anteriormente como *O Globo*, o *Suplemento Pernambuco*, a *Quatro Cinco Um* e os outros, também utilizam a plataforma de ancoragem para seus conteúdos do site oficial. São selecionadas as principais manchetes de interesse público para serem vinculadas também ao Instagram, por exemplo, a *Folha de S.Paulo* que utilizou a plataforma com uma chamada para a notícia central da editoria de mundo, fizeram um resumo da matéria e ao final utilizaram trechos como “Leia em: [folha.com/mundo](https://folha.com/mundo)” direcionando o leitor.

**Figura 11: Publicação no Instagram feita no dia 25/04/2023 e a capa da editoria mundo do portal da Folha de S.Paulo no mesmo dia**



**Fonte:** Capturas de tela do Instagram e do portal feitos pela autora.

No campo da literatura, existe o *Nonada Jornalismo*<sup>16</sup> que é um projeto que promete cobrir temas como política, cultura e diversidade. Pensando nos conteúdos literários, na tentativa de dar destaque dentro dos seus conteúdos amplos, eles criaram uma newsletter de literatura para o público que gostaria de receber esses conteúdos, chamado de *Redemoinho*<sup>17</sup>. Os conteúdos do perfil são focados em trazer algumas curiosidades, debater temas do campo da literatura e apresentar alguns livros para o público. Tanto o portal original do Nonada quanto sua newsletter literária possuem um público alvo adulto, que pôde ser percebido com a mesma análise dos outros portais.

O ponto principal, é que o Instagram funciona como um recurso para atrair usuários e direcioná-los para os conteúdos, uma forma de utilizar os algoritmos para disseminação. Atualmente, a plataforma ocupa a 4º posição do ranking de redes sociais mais populares no mundo, de acordo com o relatório<sup>18</sup> da Statista, ficando atrás apenas do Facebook, Youtube e Whatsapp. Com o crescimento da plataforma, ele começou a ser utilizado monetariamente por empresas e criadores de conteúdo. É frequente utilizar a plataforma para buscar lojas e fazer compras, e para consumir conteúdos informativos sobre diversos setores, inclusive jornalísticos.

A plataforma foi escolhida considerando o alcance que poderia ser obtido através dele e pelos formatos de conteúdos disponíveis de imagem, textos e até mesmo formatos de vídeos, algo que seria restrito se o formato de podcast fosse escolhido, por exemplo. Na pesquisa de opinião realizada para obter informações sobre um possível público leitor, foi questionado aos entrevistados o meio que eles mais utilizam para consumir conteúdos de literatura, e o Instagram obteve um total de 97% das preferências. Isso atrelado aos dados da pesquisa de opinião realizada pela “Opinion Box”<sup>19</sup> de 2023, que identificou que 83% do público de 16 a 29 anos entrevistados utiliza o Instagram várias vezes ao dia e até mesmo durante o dia todo. Portanto, era a plataforma ideal para os objetivos do perfil.

Durante o período temporal para o desenvolvimento do protótipo do perfil APURANDO HISTÓRIAS foi utilizada a ferramenta tradicional de imagem ao feed, mas também os recursos de *stories* e de *reels*. Foram obtidos resultados significativos levando em

---

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/nonadajornalismo/> . Acesso 24 abr 2023

<sup>17</sup> Disponível em: [https://www.instagram.com/redemoinho\\_literatura/](https://www.instagram.com/redemoinho_literatura/) . Acesso 24 abr 2023

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> . Acesso 25 abr 2023

<sup>19</sup> Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/> Acesso 25 abr 2023

consideração o tempo destinado ao projeto. Para o feed, foram selecionadas publicações informativas e opinativas, sejam elas notícias corriqueiras ou as resenhas críticas.

**Figura 12: Alcance de todas as publicações do feed**



**Fonte:** Captura de tela feito pela autora

Pelas métricas de alcance acima, disponibilizadas pela própria plataforma, foi possível analisar quais eram os interesses do público e quais formatos eram mais aceitos. As publicações com mais retorno foram as impulsionadas financeiramente pela autora e elas foram escolhidas estrategicamente por se tratar de livros famosos, o objetivo foi atrair os leitores por livros conhecidos. Além desses, os com mais alcance orgânico foram informações corriqueiras sobre adaptações literárias, dicas úteis e resenhas críticas.

Os reels foram usados para o compartilhamento dos conteúdos em vídeos das entrevistas ou para conteúdos mais dinâmicos. Além disso, foram feitas quatro entrevistas com profissionais debatendo temas da literatura infantil e feminina, entretanto existiu um dilema sobre poder fornecer a maior quantidade de informações das entrevistadas (maior tempo em vídeo) e entre a baixa adesão do público do Instagram sobre vídeos mais contextuais. Na pesquisa de opinião realizada, apenas 18,2% dos entrevistados responderam que vídeos longos (média de 1 a 3 minutos) prendiam a atenção, o formato textual obteve maior preferência com 48,5%, seguida pela opção dos vídeos curtos (até 30 segundos) com 33,3%.

**Figura 13: Alcance dos Reels**



**Fonte:** Captura de tela do perfil feito pela autora

O *reels* que obteve mais alcances foi o da apresentação inicial do perfil. Trata-se de um vídeo mais dinâmico, conversando sobre os meus objetivos pessoais e os do APURANDO HISTÓRIAS. O segundo mais visto foi uma comparação entre duas versões do Kindle, que é um aparelho para leitura muito usado para ler no digital, e isso pode ser analisado como conteúdo que era de interesse público, que respondia curiosidades e dúvidas do público. Os quatro vídeos de entrevistas obtiveram resultados significativos considerando que tinha chance de não ser bem recebido pelo consumidor.

O objetivo atual é apenas ser uma fonte de informação para o público leitor, mas como o Instagram se tornou uma forma de monetizar seus trabalhos, é possível formar parceria com empresas ou clientes, no caso da literatura é mais comum parceria com escritores e editoras. As postagens não tiveram estratégia para formar parcerias monetárias, mas foi recebido um convite de uma escritora nacional de poesia para divulgação do livro dela. Até o momento não foi decidido o aceite ou recusa por necessitar da análise do perfil do cliente com a missão do perfil.

## 4 PROJETO EDITORIAL

Durante a disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo I (2022.1), período de iniciação do pré-projeto base para realização no período seguinte, a ideia de projeto seguia dentro do campo da literatura, mas consistia na realização de outro produto diferente. Portanto, a concepção do APURANDO HISTÓRIAS começou a ser realizada no período atual (2022.2) na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo II, em um período em média de quatro meses, desde o amadurecimento do projeto até a sua realização. Devido ao tempo curto, foi decidido priorizar o desenvolvimento do protótipo e começar as postagens dos conteúdos antes de iniciar o desenvolvimento do memorial descrito, então os primeiros meses foram utilizados para amadurecimento da estrutura, escolha da identidade visual e elaboração do planejamento de conteúdo.

No primeiro momento, foi produzido e distribuído a pesquisa de opinião por formulário online com o objetivo de conhecer o perfil dos leitores com perguntas básicas de gênero, faixa etária, nível de escolaridade e formas de renda e a partir disso poder estabelecer o formato de linguagem adequado para dialogar com os leitores. Conhecer os hábitos de leitura seria crucial para poder criar um planejamento de conteúdo que se adequasse às expectativas do leitor e saber os conteúdos que eles gostariam de acompanhar, então houve perguntas relacionadas aos gêneros literários, autores preferidos, formatos e meios de leituras mais utilizados. Por fim, conhecer a forma de consumo de conteúdos de literatura, ou seja, os meios midiáticos, estilo de conteúdo e conhecer quem produz esse conteúdo - jornalistas ou criadores de conteúdo (influenciadores, blogueiros, autores).

Com o formulário distribuído em grupos de leituras do qual fazia parte, além de divulgar entre amigos e conhecidos do meio literário, começou a etapa de planejamento dos conteúdos, escolhendo quais assuntos e gêneros seriam abordados. Nesta etapa, surgiram conflitos entre as minhas expectativas pessoais com o projeto e o que era esperado de mim como profissional que gostaria de trabalhar na área. Percebi que, como profissional, o interesse público era minha prioridade nas decisões de conteúdos, não apenas o que eu, Bruna, gostaria que estivesse no perfil e também não só o que o público esperava consumir. Existia aqueles conteúdos que o público precisava consumir, mesmo que não tivesse interesse e aqueles que eles não conheciam e que precisavam ser instigados a conhecer e problematizar.

De início, o objetivo era entregar informações corriqueiras do universo literário, anúncios de lançamentos de livros, primeiras impressões de produtos e principalmente escolher temas em que pudesse debater e instigar o pensamento do leitor, temas que estavam presentes

nos próprios livros. No decorrer da execução, o tempo foi o meu principal inimigo, porque eu precisava de tempo para pautar os temas e escolher os profissionais que seriam convidados à participar, tempo para leitura dos livros que seriam indicados, tempo para me manter atualizada sobre o que acontecia nesse meio e assim poder selecionar as informações relevantes, além de encaixar imprevistos e empecilhos pessoais no calendário.

Então, pensando no padrão de qualidade que gostaria de entregar nos conteúdos, o planejamento foi obrigado a sofrer algumas modificações, a fim de poder garantir informações apuradas e bem estruturadas. Leitores interessados em acompanhar os conteúdos temáticos, aqueles que haveriam discussões com profissionais convidados, ainda poderiam encontrá-los no perfil, mas em uma quantidade menor do que foi planejado inicialmente por demandar um tempo maior para pesquisa. Então o APURANDO HISTÓRIAS iria priorizar notícias quentes sobre a literatura contemporânea, resenhas críticas e datas efemérides.

Na realização do protótipo, foi priorizado o engajamento orgânico e apenas três publicações foram impulsionadas monetariamente pela própria autora. Nos outros conteúdos, foram utilizadas ferramentas de *hashtags* para ajudar no algoritmo e divulgação entre grupos de leitores e conhecidos. Há a possibilidade de futuramente, quando o APURANDO HISTÓRIAS já estiver minimamente consolidado no mercado de literatura, a realização de um plano de negócio que impulse financeiramente o projeto. O objetivo atual é consolidar o protótipo para garantir futuramente uma base sólida de engajamento para patrocinadores e parceiros.

#### **4.1 Diretrizes editoriais**

**Produto:** Perfil jornalístico APURANDO HISTÓRIAS, criado na plataforma do Instagram sobre literatura contemporânea voltada para jovens.

**Conceito/Nome:** Apurando histórias, surgiu da mesclagem entre termos que representam as duas áreas desse projeto, o jornalismo e a literatura. APURAR representa a própria função dos jornalistas e a minha função no perfil, apurar as informações e repassar para o público. O HISTÓRIAS possui duplo significado, que são tanto as histórias fictícias presentes nos livros quanto as histórias reais que os livros representam.

**Justificativa da Escolha Temática:** O tema da literatura surgiu do próprio interesse pessoal de criar algo em que pudesse dialogar sobre uma área que possui grande relevância para a autora. Já a ideia do produto, ou seja, de criar um perfil no instagram com notícias sobre

o campo, surgiu da análise do próprio cenário jornalístico voltado para literatura no Instagram, principalmente para o público jovem.

Por fazer parte ativamente do universo da literatura, e com o auxílio da pesquisa de opinião aplicada, foi possível perceber a predominância do consumo de conteúdos produzidos por não-jornalistas. Uma das perguntas do formulário visava conhecer quem produzia o tipo de conteúdo sobre literatura que eles consumiam e foi possível obter as seguintes respostas: 90,9% consomem por criadores de conteúdos (influenciadores, blogueiros, autores), 6,1% consomem por jornalistas da área, e 3% por ambos.

Esse dado é atrelado ao perfil leitor brasileiro da pesquisa “Retratos da leitura no Brasil” que descreve o público entre 11 a 24 anos como predominante. Portanto, é de interesse pessoal e profissional que o público mais jovem possa encontrar conteúdos de literatura em um espaço em que ele seja informado com segurança da veracidade e apuração.

**Princípios Editoriais:** o APURANDO HISTÓRIAS possui o objetivo de ser um espaço informativo e ao mesmo tempo dinâmico, oferecendo conteúdos jornalísticos sobre a literatura para jovens. O leitor poderá encontrar no mesmo espaço, conteúdos mais leves de interesse do público como resenhas críticas, indicações de leituras, anúncio de lançamentos e adaptações literárias, como também poderão se informar sobre questões e debater temas da literatura que são de interesse público.

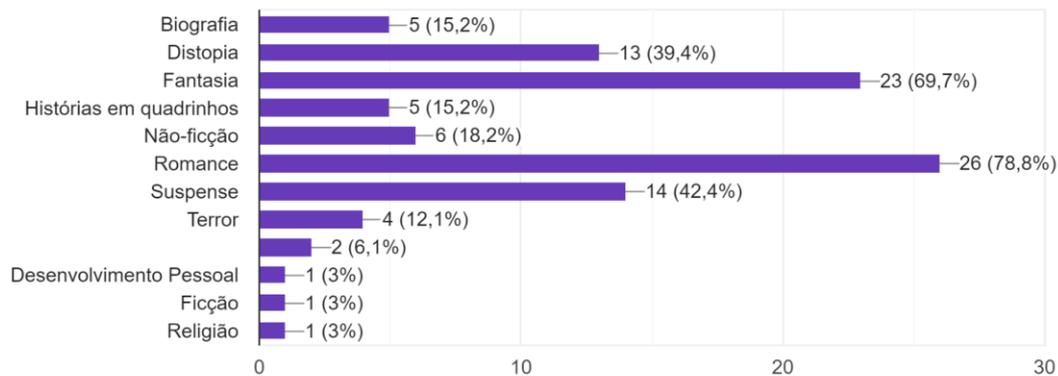
**Público Alvo/ Leitor:** Homens e mulheres, de 15 a 24 anos.

**Estrutura Editorial:** Na pesquisa de opinião aplicada, foi possível obter dados sobre os gêneros literários mais lidos e a partir dessas informações foi definido as questões editoriais sobre os conteúdos que seriam abordados. De acordo com as respostas, os gêneros de romance e fantasia obtiveram um resultado significativo em comparação com os outros gêneros, então foi uma escolha editorial, visando o público alvo, priorizar os conteúdos e temas voltados para esses gêneros, mas não abstendo sobre informações dos outros gêneros se surgirem. Coincidentemente, os gêneros literários mais procurados pelos leitores se assemelhou aos gêneros consumidos pela própria autora, o que ajudou no processo criativo dos conteúdos.

**Figura 14: Recorte sobre a preferência dos gêneros literários.**

Quais gêneros literários você mais gosta? Selecione até 3 itens.

33 respostas



**Fonte:** Pesquisa de opinião elaborada pela autora.

O APURANDO HISTÓRIAS possui quatro tipos de conteúdos que serão produzidos e entregues ao leitor:

- 1) As datas efemérides, notícias quentes e corriqueiras que surgirem no decorrer desse período, serão publicados em formato de post único com arte e legenda explicando e trazendo as informações disponíveis.
- 2) As resenhas críticas e indicações de livros, esse conteúdo possuirá um toque mais opinativo, mas mantendo num formato neutro com prós e contras. Ele pode vir em formato de post único ou em uma sequência de imagens, que poderá ser tanto fotos autorais quanto artes feitas na ferramenta do Canva.
- 3) Conteúdos temáticos, que serão as discussões presentes no universo literário sobre determinado livro ou algum tema mais aberto que será trazido na perspectiva da literatura. Nesse conteúdo será priorizado o formato de vídeo, mas que dependerá da possibilidade de participação de algum convidado profissional.
- 4) As novidades da semana, será um post fixo semanal com template padronizado para divulgar num só lugar os próximos lançamentos de livros e pré-vendas em andamento.

Estruturando de acordo com os formatos do instagram, são utilizadas as ferramentas de stories, feed e reels para distribuição dos conteúdos. Os stories são utilizados para manter uma comunicação mais direta com o público, com conversa e repost dos conteúdos. No feed será possível visualizar os conteúdos publicados todos com títulos, legendas e hashtags. O reels é a ferramenta de vídeo que será destinada aos conteúdos temáticos, por ele será possível trazer a participação de profissionais. Todos os conteúdos em vídeos do perfil possuirão legendas

produzidas na ferramenta de edição de vídeo *Caput* para garantir acessibilidade para pessoas com deficiências auditivas.

Foi acrescentado o *Linktree* à biografia do perfil como um recurso para agrupar e facilitar o compartilhamento de links. A ferramenta será utilizada com a finalidade de redirecionar o leitor para os portais que foram utilizados de fonte na construção das publicações. Visto que o APURANDO HISTÓRIAS possui também o objetivo de indicação de livros, foi criada uma lista no site online da Amazon e nela foram disponibilizados os livros indicados para compra, isso facilitará a busca dos leitores que ficaram interessados.

Com a mesma pesquisa de opinião também foi possível definir os horários mais adequados para postagens, os turnos da tarde e da noite, em especial à noite, são quando os leitores mais costumam separar para momentos de leituras. Então, foi de escolha realizar as postagens entre às 18h e 20h, e nos dias que houvesse mais de 1 post no dia um deles seria postado pelo turno da tarde e o outro na noite.

**Análise S.W.O.T.<sup>20</sup>:** É uma técnica utilizada para analisar os pontos fortes e fracos, e as oportunidades e ameaças de um projeto ou empresa. A sigla é uma abreviação dos termos em inglês *strengths, weaknesses, opportunities e threats*, que ao traduzir significam “pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças”. A ferramenta foi utilizada para ter uma visão ampla de como o APURANDO HISTÓRIAS poderia se destacar e também as possíveis dificuldades.

**Quadro 2: Análise S.W.O.T**

<b>FATORES INTERNOS</b>	<b>Pontos fortes</b> -Engajada no interesse do público	<b>Pontos fracos</b> -Equipe pequena -Pouco tempo para produção das pautas e leituras dos livros
<b>FATORES EXTERNA</b>	<b>Oportunidades</b> -Público forte de leitores na plataforma do instagram	<b>Ameaças</b> -Concorrência com criadores de conteúdo (influenciadores, blogueiros, autores)

**Fonte:** Elaborado pela autora

<sup>20</sup> Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Analise-Swot.PDF](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF) Acesso 06 maio 2023

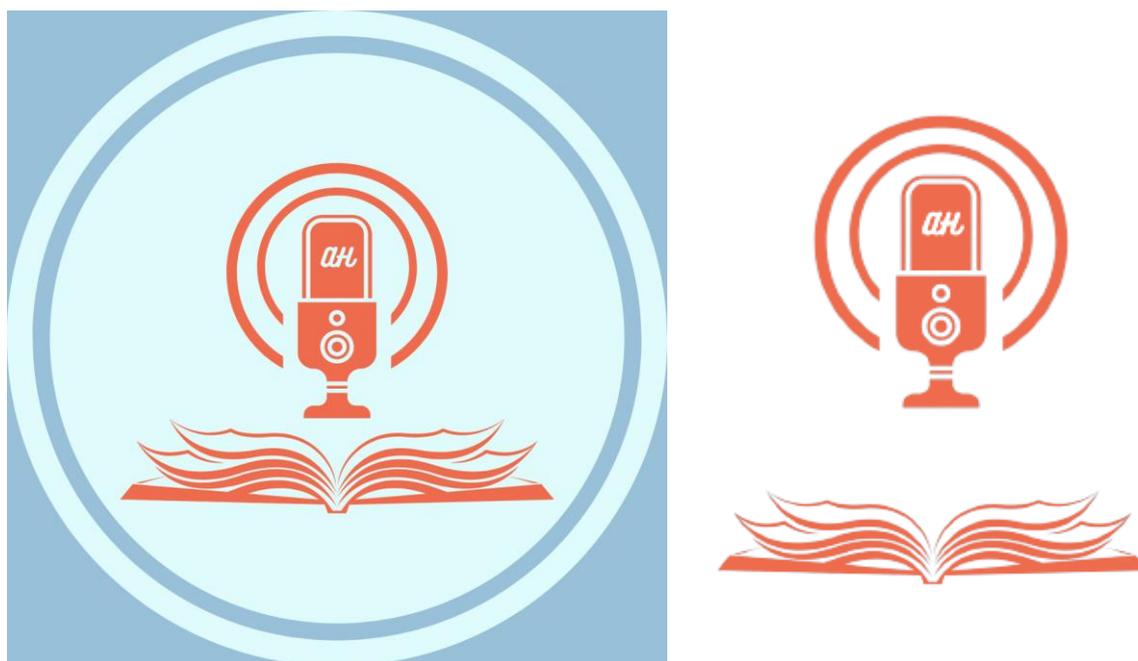
**Equipe:** O protótipo foi desenvolvido por Bruna Stephany Santos Mota, isso engloba a administração do perfil, elaboração das pautas e marcações de entrevistas, escrita dos textos e criação das artes gráficas, com o auxílio de ferramentas.

## 4.2 Identidade visual

**Logomarca:** A imagem foi desenvolvida pela autora com o suporte das ferramentas gratuitas do site do Canva e foi pensado com o objetivo de passar a mensagem do perfil, mas que não ficasse poluída visualmente. Visando isso e a legibilidade do espaço da plataforma, não seria incluída o nome “APURANDO HISTÓRIAS” na logomarca, mas traria elementos que representassem o nome e o perfil.

O microfone foi pensado para significar o profissional do jornalista no perfil, que no caso seria a minha representação, visto que é um instrumento utilizado pelos profissionais do audiovisual, da rádio e do próprio jornalismo online em produções. No centro do microfone possui as siglas do nome do perfil “AH”. O livro aberto representa os próprios livros e histórias presentes na literatura.

**Figura 15: Logomarca do APURANDO HISTÓRIAS**

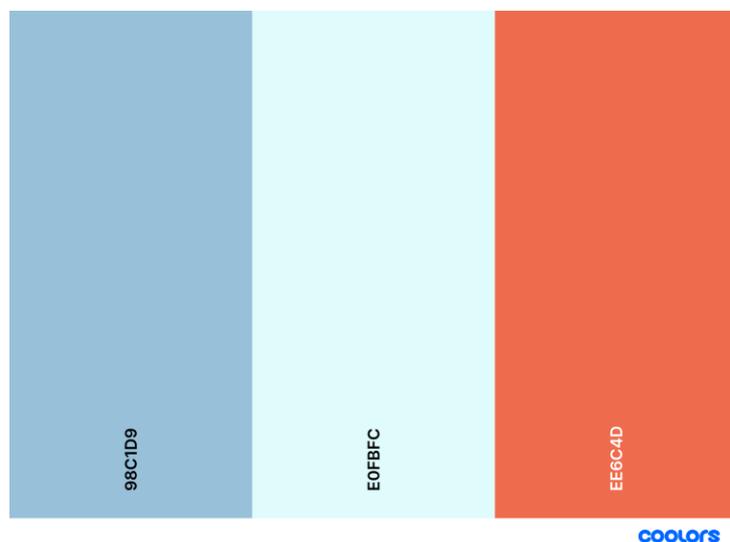


**Fonte:** Produzida no Canva pela autora

Para a paleta de cores foi buscado uma combinação que demonstrasse leveza e confiança, algo que não fosse tão chamativo e que se adequasse ao público jovem. Para

desenvolver, utilizei o gerador de paletas do site *Coolors* e foi escolhido três cores que conversam entre si: azul claro, ciano e uma tonalidade de laranja. De acordo com a psicologia das cores, o azul estimula a criatividade e passa uma sensação de tranquilidade. O ciano é um tom que se encaixa entre as cores azul e verde. O laranja é muito utilizado em conteúdos voltados para o público jovem por representar alegria, criatividade e energia. As cores podem ser encontradas pelos respectivos códigos: azul - 98C1D9; ciano - E0FBFC; laranja - EE6C4D.

**Figura 16: Paleta de cores do APURANDO HISTÓRIAS**



**Fonte:** Elaborada na ferramenta do Coolors pela autora

**Tipografia:** Para a tipografia foram utilizados dois tipos de fontes da ferramenta do Canva, local escolhido para realizar as artes das publicações. Para os títulos e subtítulos das publicações, foi escolhida a fonte *Gliker* por considerar que ela iria dialogar melhor com o público jovem por não ser formal e linear. É uma fonte que possui algumas ondulações mais arredondadas, e o tamanho seria escolhido de acordo com o espaço disponível na arte.

# Apurando Histórias

Fonte Gliker

**Fonte:** Elaborada no Canva pela autora

Para o corpo das publicações foi escolhida a tipografia *Garet* por ser mais linear e garantir a legibilidade em textos mais extensos. É uma fonte mais simples e ao mesmo tempo moderna, que se assemelha à fonte clássica do Arial, pelo seu formato arredondado e sem serifa.

# Apurando Histórias

Fonte Garet

**Fonte:** Elaborada no Canva pela autora

**Templates:** Para o design das publicações será optado por artes mais simples e objetivas levando em consideração dois fatores: garantir que a informação seja absorvida sem interrupções visuais e por uma questão técnica de ferramenta e habilidade de manuseio.

Inicialmente, não foram definidos templates fixos para as publicações de datas efemérides, notícias corriqueiras, resenhas críticas ou para as indicações. Foi optado por essa maneira porque cada publicação poderia pedir um tipo diferente de espaço para as informações, mas também será priorizado alguma semelhança entre elas. Apenas o quadro de “Novidades do universo literário” foi padronizado para manter a identidade visual e fixar a mensagem no público. Entretanto, todas as publicações seguirão as cores e tipografias já definidas.

Como elementos gráficos, serão utilizadas ilustrações da própria ferramenta do Canva que converse e represente a informação a ser passada, mas também será possível observar elementos mais lúdicos para manter a publicação harmônica.

**Figura 17 - Posts dos conteúdos do perfil**



**Fonte:** Elaborada pela autora no Canva

## 4.3 Espelho e plano de conteúdo

Mês de março de 2023 - Início do APURANDO HISTÓRIAS

**Figura 18 - Planejamento de conteúdo do mês de março**

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
					10	11
					Post de apresentação	Informações sobre pré-vendas / Novidades do universo literário
12	13	14	15	16	17	18
<i>Dia do bibliotecário</i>	Dicas para aproveitar a semana do consumidor amazon 13-20	SEM CONTEÚDO	Pauta quente - anúncio da continuação de Crescenty City 3	Estreia da 2ª temporada de "sombras e ossos" - netflix	Estreia da minissérie do livro "teto para dois" - paramount	Novidades do universo literário
19	20	21	22	23	24	25
SEM CONTEÚDO	Reels - Diferença entre o Kindle PP e o antigo comum	SEM CONTEÚDO	Indicação "A hipótese do amor" - Assédio nas universidades	Entrevista Roseneide - Importância da leitura na infância	Indicação de livros infantis	SEM CONTEÚDO
26	27	28	29	30	31	
Entrevista Ademária - Psicopedagoga sobre o tipo de leitura na infância	Novidades do universo literário	SEM CONTEÚDO	Explicando as polêmicas sobre a saga "A corte de Espinhos e Rosas"	Tudo que precisa saber sobre a adaptação do livro "Belo desastre" que estreia dia 6/04 no cinema	SEM CONTEÚDO	

**Fonte:** Elaborado na ferramenta de planilhas do Google pela autora

**Dia 10:** Como postagem inicial do perfil, foi escolhido fazer um vídeo de apresentação para que o público pudesse me conhecer e entender os objetivos do perfil. A gravação foi realizada no Espaço Alquimia Cultural, que é uma livraria e cafeteria com um espaço agradável e representativo.

**Dia 11:** Visto que haveria um quadro fixo no perfil sobre os próximos lançamentos, escolhi informar ao público o que era uma pré-venda, como funciona e quais os benefícios. No mesmo dia foi iniciado o 1º Novidades do universo literário.

**Dia 12:** Data efeméride. Dia do bibliotecário, trouxe informações sobre a data e o motivo da homenagem, além de trazer as funções e importância do profissional.

**Dia 13:** Na semana correspondente, iniciava a semana do consumidor da Amazon - plataforma de vendas, e por ser um dos canais para compras de livros trouxe algumas dicas de como aproveitar melhor as promoções. Na publicação, foi indicado outros perfis que prestavam o serviço de encaminhamento das ofertas.

**Dia 14:** Sem conteúdo programado.

**Dia 15:** Essa informação não estava programada, foi uma pauta quente que surgiu no dia sobre anúncio de continuação de uma saga aguardada pelos leitores. Trouxe o anúncio da própria autora, informações já disponíveis e sobre os livros da saga já lançados.

**Dia 16:** Neste dia lançava a adaptação literária da 2ª temporada da trilogia de “Sangue e Ossos”, na plataforma da Netflix. Trouxe informações sobre a história, os atores e dados da aprovação da 1ª temporada pela crítica e público.

**Dia 17:** Estreia da minissérie de adaptação do livro “Teto para dois”. Informações sobre os episódios, quantos seriam, onde assistir e quem seriam os atores. Aproveitei para trazer comentários das críticas do público sobre a escolha dos atores para os personagens do livro.

**Dia 18:** 2ª Novidades do universo literário.

**Dia 19:** Sem conteúdo programado.

**Dia 20:** Foi realizado em formato de vídeo para o reels, um “primeiras impressões” sobre o novo modelo do Kindle Paperwhite (que comprei recentemente) e o modelo mais básico do aparelho. O Kindle é um dispositivo exclusivo para leituras no formato digital (e-book).

**Dia 21:** Sem conteúdo programado.

**Dia 22:** Indiquei um livro de romance chamado “A hipótese do amor”, fiz uma breve resenha crítica e relatei um dos conteúdos da história com a vida real. O tema era sobre assédio no meio acadêmico, trouxe como foi abordado no livro e dados de pesquisa para enriquecer a discussão. **Publicação impulsionada financeiramente pela autora.**

**Dia 23:** Foi convidada a mestra em letras, Roseneide Santana, para conversar sobre a importância do estímulo de leituras críticas para crianças. Foi publicado no formato de *reels*, com passagem da autora e vídeo da convidada.

**Dia 24:** Para dar continuidade ao tema da leitura infantil, foi feita uma publicação com quatro indicações de leituras infantis e suas sinopses.

**Dia 25:** Sem conteúdo programado.

**Dia 26:** Foi convidada a psicopedagoga, Ademária Bispo, para trazer a sua visão profissional da importância de estimular leituras como temas da sociedade nas escolas e sala de aula. Foi publicado no formato de *reels*, com passagem da autora e vídeo da convidada.

**Dia 27:** 3ª Novidades do universo literário.

**Dia 28:** Sem conteúdo programado.

**Dia 29:** A saga “A corte de espinhos e rosas” é um best-seller e possui diversas questões que constantemente entram em debate pelos leitores da saga. Por possuir interesse pessoal na saga, trouxe a minha versão de como enxergo os temas e problemáticas envolvendo os livros. **Publicação impulsionada financeiramente pela autora.**

**Dia 30:** Na semana seguinte, 6 de abril, iria estreiar a adaptação literária da saga de “Belo desastre” e por uma questão de planejamento decidi adiantar o anúncio e trazer as

informações já publicadas pela editora sobre o filme. Aproveitei também para trazer as problemáticas que envolvem a saga e autora no meio literário.

**Dia 31:** Sem conteúdo programado.

### Mês de abril de 2023

É válido explicar que por uma questão de tempo e problemas que surgiram durante o mês, o número de postagens teve uma diminuição significativa, mas foi realizado o possível para manter o perfil atualizado e com a mesma qualidade.

**Figura 19 - Planejamento de conteúdo do mês de abril**

Domíngo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
						1
						Minhas leituras de março
2	3	4	5	6	7	8
<i>Dia do autismo</i> - indicação de livros	Novidades do universo literário	SEM CONTEÚDO	SEM CONTEÚDO	Indicação Sangue de areia - autora sergipana	Anúncio de adaptação - "Loucos por livros"	SEM CONTEÚDO
9	10	11	12	13	14	15
Anúncio de adaptação - "Leituras de verão"	SEM CONTEÚDO	SEM CONTEÚDO	Entrevista Janalice - Psicóloga sobre leitura no desenvolvimento em crianças e jovens	SEM CONTEÚDO	SEM CONTEÚDO	SEM CONTEÚDO
16	17	18	19	20	21	22
Novidades do universo literário	Anúncio de adaptação - "Carrie Soto está de volta"	<i>Dia do livro infantil - Monteiro Lobato e o racismo</i>	SEM CONTEÚDO	Entrevista Priscilla - Psicóloga sobre importância literatura feminina	Explicando as questões de "É assim que acaba"	SEM CONTEÚDO
23	24					
SEM CONTEÚDO	Novidades do universo literário					

**Fonte:** Elaborado na ferramenta de planilhas do Google pela autora

**Dia 1:** Panorama das minhas leituras do mês de março. Trouxe os lidos e suas avaliações, os que eu abandonei e os que estavam em andamento.

**Dia 2:** Data efeméride. Dia mundial de conscientização ao Autismo e na tentativa de dar visibilidade ao tema, trouxe informações sobre a data e seu significado, além de trazer indicações de livros com personagens autistas.

**Dia 3:** 4º Novidades do universo literário.

**Dia 4:** Sem conteúdo programado.

**Dia 5:** Sem conteúdo programado.

**Dia 6:** Indicação do livro “Sangue de Areia” com resenha e avaliação. Esse livro em específico foi escolhido para dar visibilidade aos livros locais, ele foi escrito por uma autora sergipana e a própria história é ambientada no estado.

**Dia 7:** Feriado da sexta-feira da paixão. Mas considerando a quantidade de postagens, foi feito o anúncio da adaptação do livro “Loucos por livros”. Por se tratar de uma informação divulgada internacionalmente primeiro, trouxe a fonte da divulgação e as informações disponíveis até o momento.

**Dia 8:** Sem conteúdo programado.

**Dia 9:** Anúncio da adaptação do livro “Leituras de verão”, informações da fonte internacional traduzidas e filtradas.

**Dia 10:** Sem conteúdo programado.

**Dia 11:** Sem conteúdo programado.

**Dia 12:** A psicóloga, Janalice Carneiro, foi convidada para trazer sua perspectiva profissional sobre leituras infantis. Mesmo sendo um tema que já foi abordado em outros vídeos, senti a necessidade de trazer a visão para outra área para ajudar na importância e incentivo. Devido à extensão do vídeo da convidada e a restrição de tempo da plataforma, foi decidido não usar a passagem da autora e manter apenas a entrevistada.

**Dia 13:** Sem conteúdo programado.

**Dia 14:** Sem conteúdo programado.

**Dia 15:** Sem conteúdo programado.

**Dia 16:** 5º Novidades do universo literário.

**Dia 17:** Anúncio da adaptação de “Carrie Soto está de volta”. Trouxe as informações traduzidas do jornal internacional, e informações sobre outros livros da autora que também ganharam recentemente adaptações.

**Dia 18:** Data efeméride. Dia Nacional do Livro Infantil e para a data escolhi entrar em um assunto delicado, que era as acusações de racismo das obras do autor Monteiro Lobato - escritor infantil homenageado na data.

**Dia 19:** Sem conteúdo programado.

**Dia 20:** A psicóloga, Priscilla Rosa, foi convidada para participar do tema de literatura infantil. A publicação trará um contexto para o tema e devido à extensão do vídeo da convidada e a restrição de tempo da plataforma, foi decidido não usar a passagem da autora e manter apenas a entrevistada.

**Dia 21:** Explicar algumas problemáticas presentes no livro de “é assim que acaba” e a minha opinião com o livro. **Publicação impulsionada financeiramente pela autora.**

**Dia 22:** Sem conteúdo programado.

**Dia 23:** Sem conteúdo programado.

**Dia 24:** 6º Novidades do universo literário.

Foi decidido dar uma pausa no perfil durante essa semana de 24 a 28 de abril para poder me dedicar na escrita do memorial do Trabalho de Conclusão de Curso.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com a falta de mídias jornalísticas que pautem literatura para jovens, como foi discutido nas análises do mercado, a criação do protótipo de APURANDO HISTÓRIAS tentou suprir essa necessidade e oferecer ao leitor um espaço seguro com conteúdos de literatura abordando gêneros literários que não estão presentes nos veículos tradicionais. Entretanto, o

protótipo enfrentou alguns desafios na sua produção e execução, principalmente devido ao pouco tempo para exercer todas as funções que o projeto requer.

O projeto *Apurando Histórias* me ajudou a achar o espaço no campo jornalístico em que eu me identificasse e que gostaria de seguir profissionalmente, além de me proporcionar prática na área e no audiovisual. Após a apresentação da banca, irei continuar no amadurecimento do protótipo, prepará-lo para possíveis participações de colaboradores nos conteúdos e para implementação de novas ferramentas como a *newsletter*.

Acredito que o perfil jornalístico Apurando Histórias tenha cumprido seu papel de informar e acolher os leitores e seu desenvolvimento atendeu às minhas expectativas.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CASTILHO, Carlos; COELHO, Christianne C. S. R. **Curadoria de notícias e jornalismo na produção de conhecimento.** Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 305, 2014.

DE ASSIS, F. **JORNALISMO CULTURAL BRASILEIRO: ASPECTOS E TENDÊNCIAS**. Revista de Estudos da Comunicação, [S. l.], v. 9, n. 20, 2008. DOI: 10.7213/rec.v9i20.16586. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/16586> . Acesso 23 abr 2023.

DIAS, Lilian dos Santos. **A proximidade como valor-notícia do jornalismo de curadoria: um estudo da newsletter do Matinal**. 2022. p.108. Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

FARO, José Salvador. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Comunicação & sociedade, v. 28, n. 46, p. 143-163, 2006. <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/3871> . Acesso 25 abr 2023

Instituto Pró- Livro (2019). **Pesquisa “Retratos da Literatura no Brasil”**. Online. Disponível em: [https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/11/5a\\_edicao\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_no\\_Brasil\\_IPL-compactado.pdf](https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/11/5a_edicao_Retratos_da_Leitura_no_Brasil_IPL-compactado.pdf) / acesso 25 abr 2023.

NOVELLI, Ana Lucia Coelho Romero. Pesquisa de Opinião. In: DUARTE, Jorge, BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. ed 3. São Paulo: Atlas, 2009. p 164 - 179.

PENA, Felipe. O jornalismo Literário como gênero e conceito. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/77311256385591019479200175658222289602.pdf> Acesso 25 abr 2023

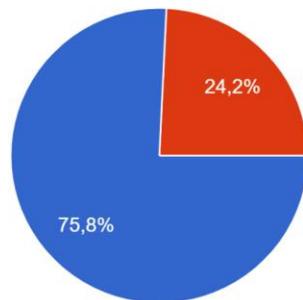
VAZ, Tyciane Viana. Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira. **Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-0482-1.pdf> / Acesso 25 abr 2023

## APÊNDICE A - PESQUISA DE OPINIÃO

Este questionário teve como objetivo coletar informações sobre leitores e seus hábitos de leitura. Foi utilizado como base para as decisões editoriais.

Com qual gênero você se identifica?

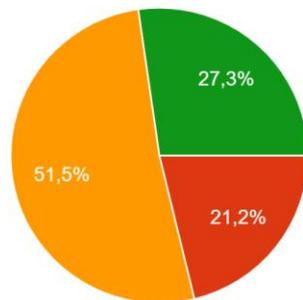
33 respostas



- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

Qual a sua faixa etária?

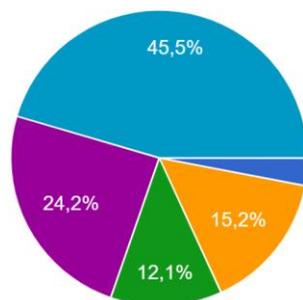
33 respostas



- menor que 15 anos
- 15 a 19 anos
- 20 a 24 anos
- maior que 24 anos

Qual o seu nível de escolaridade atual?

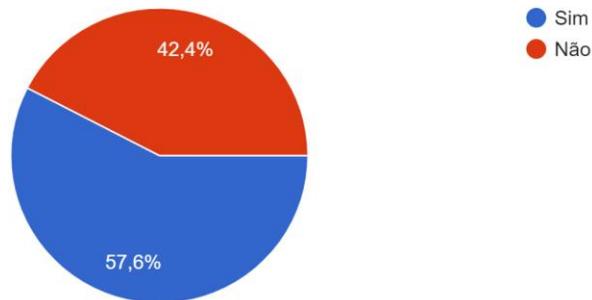
33 respostas



- Ensino fundamental completo
- Ensino fundamental incompleto ou cursando
- Ensino médio completo
- Ensino médio incompleto ou cursando
- Graduação completa
- Graduação incompleta ou cursando
- Prefiro não informar

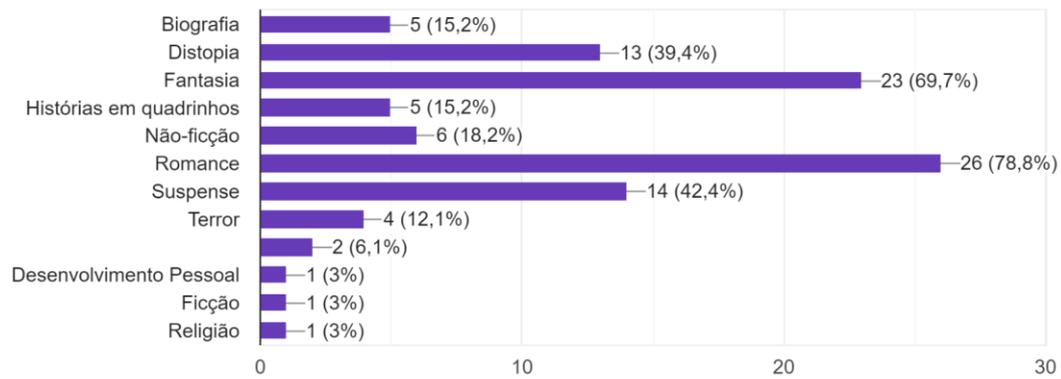
### Você exerce atividade remunerada?

33 respostas



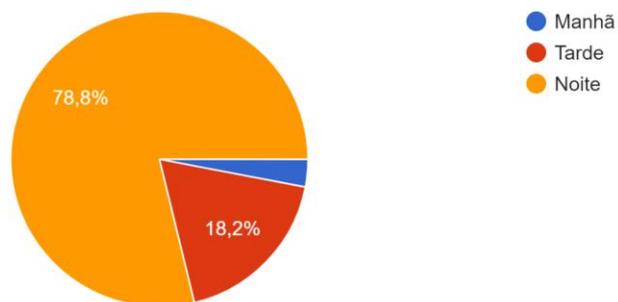
### Quais gêneros literários você mais gosta? Selecione até 3 itens.

33 respostas



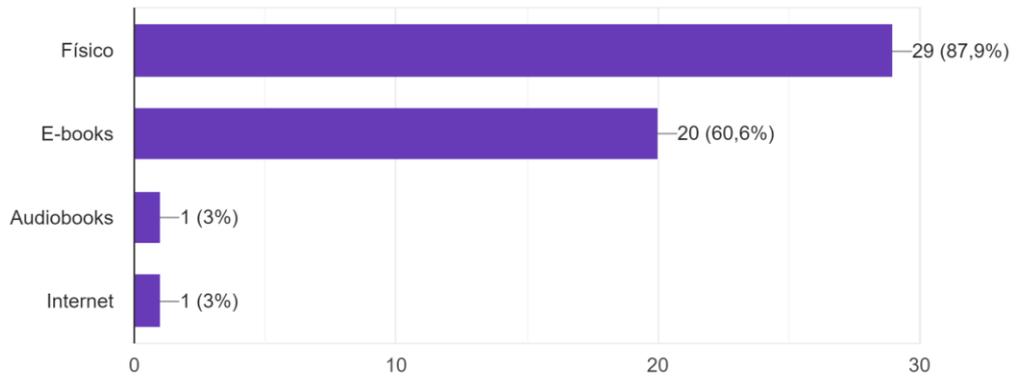
### Em qual período do dia você costuma utilizar para leitura?

33 respostas



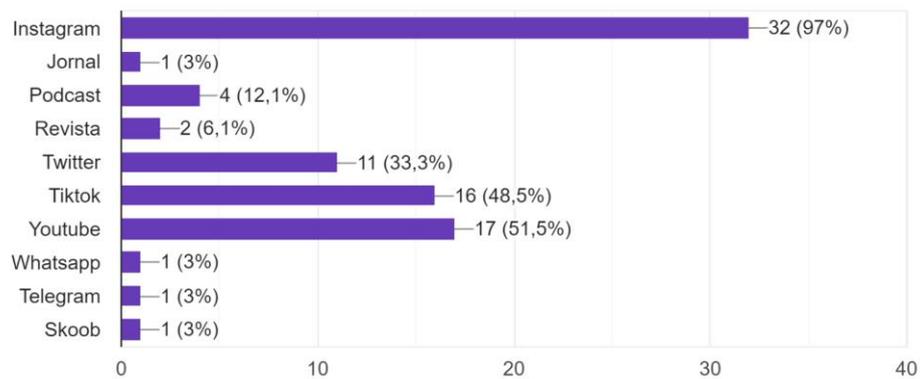
### Por qual formato você costuma ler?

33 respostas



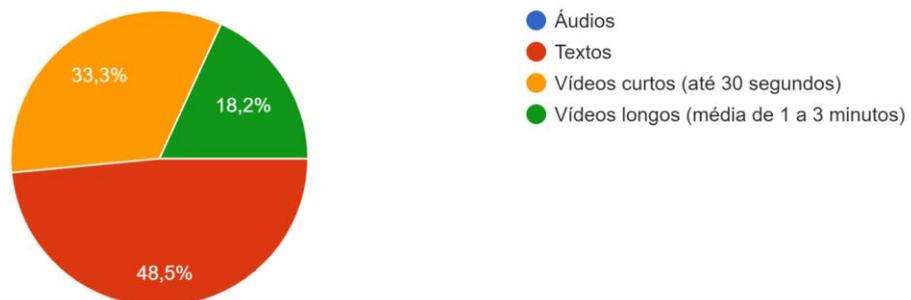
### Por quais meios você consome conteúdo sobre literatura?

33 respostas



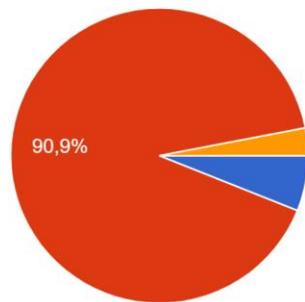
### Qual formato de conteúdo prende mais a sua atenção?

33 respostas



Quem produz o conteúdo que você consome?

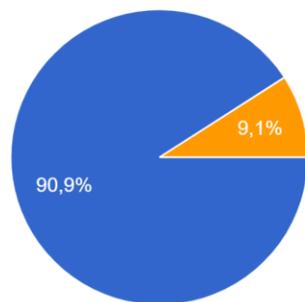
33 respostas



- Jornalista especializado em literatura
- Criador de conteúdo (influenciadores, blogueiros, autores)
- Tanto jornalistas quanto criadores de conteúdo.

Você seguiria um perfil jornalístico no instagram com conteúdos, debates e entrevistas voltados para a literatura?

33 respostas



- Sim
- Não
- Talvez