

## **Bienal Internacional do Livro do Rio tem nova identidade visual**

*Pipas são a inspiração para associação direta entre liberdade e potência gerada pela leitura*

Um lugar onde as mais variadas histórias se encontram – e vivenciá-las está ao alcance de todos. A Bienal Internacional do Livro Rio é esse ambiente mágico e múltiplo, que dá asas à imaginação de crianças, adolescentes, adultos e idosos com gostos e interesses bastante diversos. Essa é a mensagem que o maior festival literário do Brasil deseja transmitir com a sua nova identidade visual desenvolvida pela Agência Crama, a mesma que criou a primeira marca do evento no início da década de 1980.

Para a 19ª edição – que acontecerá de 30 de agosto a 8 de setembro de 2019 no Riocentro – a Crama transformou livros em pipas que se espalham para reforçar a variedade de possibilidades oferecidas pela Bienal e chamar os visitantes a explorar cada experiência que o universo do festival proporciona. O novo slogan reforça o convite: “Venha, Viva, Conte. Muito além de um mundo de histórias”.

“Como a Bienal é sempre um espaço de encontros entre diferentes universos, pensamos nas possíveis interseções entre eles e nos objetos que poderiam representar isso. O papel, presente tanto na pipa quanto no livro, a liberdade que a leitura e o ato de brincar proporcionam, e, principalmente a imaginação: a elevação que ajusta novas medidas e perspectivas, o céu como limite”, explica Fernando Pegorer, diretor de negócios da agência.

Organizada pela GL events Exhibitions e pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), a última edição da Bienal reuniu 640 mil pessoas no Rio - um recorde de público - e, em 2019, o evento continuará perseguindo o objetivo de incentivar o hábito da leitura no país.

“Mais do que um evento de livros, a Bienal é ampla e excede as margens das publicações editoriais, reforçando o conceito de que é para todos e é onde todas essas histórias encontram seu lugar. Com o novo slogan, mostramos que não queremos só convidar todo mundo para ir à Bienal, mas também queremos que todos aproveitem e espalhem cada momento e experiência que ela oferece”, afirma Tatiana Zaccaro, diretora da Bienal.

Segundo ela, a última identidade visual era de 2015, mas para seguir inovando, logo após a Bienal 2017 foi feito um estudo de branding que reforçou vários pontos fortes do evento e apontou algumas oportunidades de mudanças. Uma delas foi a criação de uma nova identidade visual que reforçasse a pluralidade do evento, que abraça todos os públicos, de todas as idades e interesses.

Para a vice-presidente do SNEL, Mariana Zahar, o sucesso da Bienal impulsiona sempre novos desafios. “Na Bienal cabem muitos públicos diferentes e a nova identidade visual conseguiu materializar muito bem isso”, destaca.

### **Bienal 2019 repleta de novidades**

A 19ª edição também terá outras novidades, como espaços e conteúdos inéditos para seus diversos públicos. A chegada será pelo Pavilhão das Artes, que hoje abriga a maior exposição permanente indoor de arte de rua da América Latina. Ao entrar na galeria de arte, os visitantes terão acesso aos três pavilhões, já que a planta do evento foi redesenhada para dar mais conforto ao público e aos expositores. Um espaço dedicado à filosofia e negócios, reunindo tudo sobre a nova literatura voltada para melhorar a qualidade de vida, e uma área para as pequenas editoras são novas propostas apresentadas pela organização. O Fórum de Educação, com

programação voltada para educadores e professores, será ampliado, apresentando a grande diversidade de possibilidades que envolvem a educação e os temas relacionados.

**Ficha Técnica – Identidade Visual da Bienal Internacional do Livro Rio**

Direção de Criação: Ricardo Leite

Direção de Negócios: Fernando Pegorer

Criação: Bruno Valentim, Erik Phillip

Planejamento: Charles Jacquard

Atendimento: Petra Weinmann

Aprovação no cliente: Bruno Henrique

Produção/RTV: Patricia de Faria