



VANESSA CRISTINA DE ABREU TORRES HRENECHEN
(ORGANIZADORA)

Desafios na Convergência entre Mídia, Comunicação e Jornalismo


Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Desafios na Convergência entre Mídia, Comunicação e Jornalismo

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
D441	Desafios na convergência entre mídia, comunicação e jornalismo [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-563-1 DOI 10.22533/at.ed.631192608 1. Comunicação social. 2. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu Torres. CDD 303.4833
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O e-book apresenta uma série de estudos sobre a área da comunicação. Dentre os artigos, há uma discussão sobre os reflexos causados pela construção do Viaduto Clóvis Roberto de Queiroz, popularmente conhecido como Viaduto da UFMT por estar situado no acesso principal para a Universidade Federal de Mato Grosso. O local que antes era sombrio e esquecido, tornou-se um lugar de manifestações artísticas, políticas e de protestos do cotidiano. O trabalho propõe a reflexão sobre a intervenção urbana na transformação dinâmica de um lugar e a forma como o espaço se comunica com a cidade.

Outro estudo da obra avalia a midiaticização dos processos migratórios dos venezuelanos para Roraima e a forma como a audiência se refere ao estrangeiro nos comentários das notícias publicadas pelo G1 Roraima, no ano de 2016. A discussão ocorre a partir do texto “A viagem das ideias” de Renan Freitas Pinto e da relação entre as opiniões formadas sobre os povos do Novo Mundo e os migrantes que atravessam fronteiras atualmente em busca de melhores condições de vida.

Há também um levantamento das reportagens que trataram de temáticas socioambientais e foram vencedoras da categoria principal do Prêmio Esso de Jornalismo desde sua criação - que ocorreu em 1956 - até 2015. A partir da Análise de Conteúdo de Bardin (1977), os autores verificaram quantas reportagens socioambientais foram premiadas, em quais anos ganharam o prêmio, em quais veículos foram publicadas, quais histórias contavam e com quais estratégias narrativas foram apresentadas.

Por fim, um dos trabalhos presentes neste e-book investiga casos de conteúdos inadequados disseminados pelo youtuber Julio Cocielo, acusado de racismo nas publicações realizadas em suas redes sociais. O objetivo é compreender a repercussão e o impacto que os influencers possuem na vida de seus seguidores, e como essa grande visibilidade pode resultar na crise de carreira. Nesse contexto, outro artigo revela como se dá o processo de influência do Instagram nos transtornos alimentares como Anorexia e Bulimia. O estudo aponta para a relação da rede social com a autoestima dos internautas consumidores desse conteúdo.

Nesta obra, os estudos trazem de forma abrangente a comunicação social e mostram diferentes perspectivas e áreas de atuação, o que contribui tanto para o campo da pesquisa, quanto para o desenvolvimento profissional daqueles que estão no mercado de trabalho.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A FOTOGRAFIA QUE ACONTECIMENTALIZA O EVENTO HISTÓRICO	
Maria Cecilia Conte Carboni	
DOI 10.22533/at.ed.6311926081	
CAPÍTULO 2	15
A REPERCUSSÃO DE JÚLIO COCIELO: IMPACTO DAS PUBLICAÇÕES INADEQUADAS NO PÚBLICO E NA CARREIRA DO INFLUENCIADOR DIGITAL	
Laize Ferreira dos Santos	
Letícia Bezerra Silva	
DOI 10.22533/at.ed.6311926082	
CAPÍTULO 3	26
A VIAGEM DAS IDEIAS E O PROCESSO DE INFERIORIZAÇÃO DO OUTRO ESTRANGEIRO NA MIGRAÇÃO VENEZUELANA PARA RORAIMA	
Gersika do Nascimento Bezerra	
Manuel José Sena Dutra	
DOI 10.22533/at.ed.6311926083	
CAPÍTULO 4	38
ALTERAÇÕES DA PAISAGEM URBANA COM A CONSTRUÇÃO DO VIADUTO CLÓVIS ROBERTO DE QUEIROZ	
Fabiane Krolow	
José Serafim Bertoloto	
Débora Moreira Mello	
DOI 10.22533/at.ed.6311926084	
CAPÍTULO 5	50
APONTAMENTO A CERCA DO PROGRESSIVE WEB APPS	
Patrícia Esteves Trindade	
Letícia Passos Affini	
DOI 10.22533/at.ed.6311926085	
CAPÍTULO 6	61
DOTA 2: ANÁLISE DA INTERCOMUNICAÇÃO E CONVERSAÇÃO EM REDE ENTRE JOGADORES ONLINE DE MOBA	
Ana Gabriela Marcolino Noaro	
Laís Barros Falcão de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.6311926086	
CAPÍTULO 7	71
EDUCAÇÃO, MÍDIA E ESPETÁCULO NA CULTURA SUL-RIO-GRANDENSE: PRODUÇÕES DISCURSIVAS SOBRE A FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE/RS NO ENCARTE CADERNO DA FEIRA DO JORNAL ZERO HORA	
Gisele Massola	
DOI 10.22533/at.ed.6311926087	

CAPÍTULO 8	84
JORNALISMO AMBIENTAL NO PRÊMIO ESSO: LEVANTAMENTO DE REPORTAGENS SOCIOAMBIENTAIS	
Mariana Moreira de Menezes Leonel Azevedo de Aguiar	
DOI 10.22533/at.ed.6311926088	
CAPÍTULO 9	96
LULA NO RS: UMA LEITURA DAS NOTÍCIAS EM CORREIO DO POVO, DIÁRIO DE SANTA MARIA, GAÚCHA ZH E SUL 21 SOBRE A VISITA À SANTA MARIA	
Cadiani Lanes Garcez Viviane Borelli	
DOI 10.22533/at.ed.6311926089	
CAPÍTULO 10	109
MEIO AMBIENTE NO JORNAL IMPRESSO: UMA ANÁLISE DO JORNAL A GAZETA	
Jeferson Boldrini da Silva Cecília Nobre de Freitas Eveline dos Santos Teixeira Baptistella	
DOI 10.22533/at.ed.63119260810	
CAPÍTULO 11	122
MIDIATIZAÇÃO DO JUDICIÁRIO: QUANDO JULGAR É DIAGRAMAR	
Marcos Reche Ávila	
DOI 10.22533/at.ed.63119260811	
CAPÍTULO 12	133
NARRATIVAS TRANSMÍDIA E SUAS INTERFACES GRÁFICAS EM GAMES	
Missila Loures Cardozo Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.63119260812	
CAPÍTULO 13	146
O INSTAGRAM E SEUS REFLEXOS NOS TRANSTORNOS ALIMENTARES: A INFLUÊNCIA DA REDE SOCIAL NO DESENVOLVIMENTO DE ANOREXIA E BULIMIA	
Milena Cristina Peres Kátia Zanvettor Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.63119260813	
CAPÍTULO 14	156
PROJEÇÃO E CIRCULAÇÃO DO ESPETÁCULO: AS AÇÕES DO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL MIDIATIZADAS NAS REDES SOCIAIS	
Fabio Luiz Witzki Vanessa de Cássia Witzki Colatusso	
DOI 10.22533/at.ed.63119260814	
CAPÍTULO 15	168
RELAÇÃO DIRETA ENTRE MARCA E CAUSAS SOCIAIS: A IMPORTÂNCIA DO POSICIONAMENTO DA NIKE NO CASO COLIN KAEPERNICK E O RACISMO	
Giovana Tiemi Mizushima Casimiro Roberto Gondo Macedo	
DOI 10.22533/at.ed.63119260815	

SOBRE A ORGANIZADORA.....	178
ÍNDICE REMISSIVO	179

EDUCAÇÃO, MÍDIA E ESPETÁCULO NA CULTURA SUL-RIO-GRANDENSE: PRODUÇÕES DISCURSIVAS SOBRE A FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE/RS NO ENCARTE CADERNO DA FEIRA DO JORNAL ZERO HORA

Gisele Massola

Universidade Luterana do Brasil (ULBRA)
Canoas-RS

RESUMO: Múltiplas seriam as instâncias culturais – jornais, revistas, TV, etc. – implicadas na invenção de saberes, valores e atitudes colocados em circulação nas sociedades (KELLNER, 2001). Essas diferentes instâncias, na cultura contemporânea, procedem a subjetivações, destacando determinadas formas de ser sujeito a partir de representações culturais. Neste artigo, analiso como o evento cultural Feira do Livro de Porto Alegre (RS) é discursivamente configurado através da mídia, e quais estratégias incidem mais intensamente para delineá-lo como um grande espetáculo de celebração do livro, o que envolve a consagração do ato de ler, mas também de viver a cultura de formas muito diversificadas. Valho-me de um conjunto de 11 exemplares do Encarte *Caderno da Feira* do Jornal ZH, publicados entre os anos de 2010 e de 2013. Pode-se dizer que a Feira se tornou um espetáculo cujo projeto comporta ações de naturezas bastante diversas, havendo intervenções com propósitos mais pedagógicos que envolvem, inclusive, o público escolar.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos Culturais. Feira do Livro de Porto Alegre. Espetáculo.

EDUCATION, MEDIA AND SHOW IN THE CULTURE OF RIO GRANDE DO SUL: DISCURSIVE PRODUCTIONS ABOUT PORTO ALEGRE BOOK FAIR IN CADERNO DA FEIRA, AN INSERT OF ZERO HORA NEWSPAPER

ABSTRACT: There would be multiple cultural artifacts – such as newspapers, magazines, television, etc. – involved in the invention of knowledges and attitudes that have been spread in societies (KELLNER, 2001). In the contemporary culture, these different artifacts performsubjectivations, and certain ways of being a subject from cultural representations could be highlighted. In this paper, I have analyzed the way in which the cultural venue known as Porto Alegre Book Fair (RS) has been discursively molded by media, and the strategies that have contributed more intensively to delineate it as a major show of book celebration, involving the consecration of both reading and experiencing culture in a number of ways. I have focused on a group of 11 issues of *Caderno da Feira*, an insert of Zero Hora newspaper, published from 2010 to 2013. It is possible to say that the Fair has become a show whose design comprehends quite different actions, and interventions with more pedagogical purposes have involved even school students.

KEYWORDS: Cultural Studies. Porto Alegre Book Fair. Spectacle.

1 | INICIANDO A CONVERSA

Múltiplas seriam as instâncias culturais – rádio, jornais, revistas, TV, peças publicitárias, filmes, textos literários, etc. – implicadas na invenção/constituição de saberes, valores e atitudes colocados em circulação nas sociedades, tal como tem sido destacado por autores como Kellner (2001), Steinberg; Kincheloe (2004) e Canclini (2007). De modo geral, esses autores assumem uma abordagem na qual postulam que diferentes instâncias da cultura contemporânea (sejam elas instituições ou dispositivos culturais) procedem a subjetivações, destacando determinadas formas de ser sujeito a partir de representações culturais. Partindo desses entendimentos, argumenta-se que os processos que envolvem a educação dos sujeitos não estão restritos aos processos que acontecem, exclusivamente, nos ambientes escolares.

Buscando compreender um pouco mais sobre as instâncias culturais e suas representações, neste artigo¹, parte de uma investigação de doutoramento em Educação, examina-se um complexo evento cultural – a Feira do Livro de Porto Alegre/RS, – evento anual que promoverá em 2019 sua 65ª edição – gestado sob a chancela da Câmara Rio-Grandense do Livro (CRL) em parceria com a Prefeitura Municipal de Porto Alegre (RS), reunindo atividades culturais de distintas ordens e mobilizando muitas práticas que delineiam identidades culturais para a cidade, para a própria Feira e seus participantes.

Interessa-me aqui analisar como a Feira é discursivamente configurada através da mídia, mais detidamente nas páginas do jornal ZH e quais estratégias incidem mais intensamente para delineá-la como um grande espetáculo de celebração do livro que envolve a consagração do ato de ler, mas também de viver a cultura de formas muito diversificadas. Para tanto, valho-me de um conjunto de onze exemplares do Encarte *Caderno da Feira* – suplemento que circula diariamente durante a realização da Feira no jornal ZH, publicados entre os anos de 2010 e de 2013. Apresento e discuto como o encarte, através de matérias de capa, reportagens, colunas, entrevistas, notícias tem participado da invenção e da espetacularização deste evento cultural. Examinio os recortes selecionados, visualizando certas representações produzidas pela mídia e considerando haver um “jeito” peculiar de a mídia representar as “coisas” ao destacá-las e transformá-las em um espetáculo.

Embasada na perspectiva teórica dos Estudos Culturais em Educação valho-me de teorizações de autores como: Canclini (2007), Debord (1997), Hall (1997), dentre outros. Nessa linha investigativa, considera-se que os Estudos Culturais emergiram em um panorama mais amplo de mudanças que se processavam em torno do entendimento de cultura, notadamente frente à busca de rompimento com

¹ Uma versão preliminar deste texto foi apresentada no I Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia, Comunicação e Jornalismo, ocorrido na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), em Dezembro de 2016.

hierarquias, distinções, elitismos, que fixavam compreensões pautadas no binarismo entre alta cultura X baixa cultura. Eles surgem de movimentações de grupos que tensionavam tendências elitistas, especialmente as relacionadas à crítica literária, à história da arte, aos estudos de gênero, às tradições de análise textual e aos estudos de cultura popular, acentuando propostas de contraposição a elas. Nesse entendimento, os Estudos Culturais inauguraram “um novo modo de ler os produtos culturais, modo que faz da crítica uma atividade que leva a um conhecimento mais apurado da realidade social cuja mudança é o objetivo político” (CEVASCO, 2003, p. 180), e para indicar ter ocorrido nas propostas contidas nesses estudos, um deslocamento dos vários significados dados à cultura em suas instâncias simbólicas e materiais.

Justifico a escolha de uma pesquisa sobre um evento cultural desse porte, considerando os muitos atravessamentos que interpelam suas ações bem como pelas possibilidades de refletir sobre os sentidos e funções que lhe são atribuídas na cultura (por meio de suas produções e instituições), operando, tal como referiu Sarlo (1998), como uma “*máquina cultural*” cujos mecanismos e engrenagens são constituídos por ideias, ações, experiências configuradas, instituições, argumentos e atores. Instigou-me, particularmente, compreender a engrenagem desta “*máquina cultural*” – as permanências e rupturas nela operadas no decorrer do tempo –, entendendo-a como parte de um conjunto de estratégias gestadas para (re)significar as práticas *nela* e a partir *dela* instituídas, bem como indicar as dimensões implicadas na sua constituição/produção enquanto evento cultural.

2 | A FEIRA DO LIVRO DE PORTO ALEGRE E A EMERGÊNCIA NAS PÁGINAS DO JORNAL ZH: ALGUMAS FACETAS, NARRATIVAS E DESTAQUES DESSE PECULIAR EVENTO CULTURAL

A primeira edição da Feira do Livro de Porto Alegre ocorreu em 1955, tendo como inspiração um evento semelhante que se realizava na Cinelândia, no Rio de Janeiro, a respeito do qual o jornalista gaúcho Say Marques² trouxera informações para os livreiros locais, estimulando-os a promover algo parecido para popularizar o acesso ao livro. Porém, além de promover a popularização do livro, os promotores da Feira também almejavam a venda de livros e a ampliação do mercado literário. Desde sua primeira edição, esse evento, ocorre anual e ininterruptamente, em locais públicos: primeiramente, restrito à Praça da Alfândega, passando, posteriormente, a ocupar também parte das imediações e dos prédios do “Centro Histórico de Porto Alegre”, até ampliações espaciais estendidas aos armazéns do antigo Cais do Porto.

A iniciativa de organização do evento partiu de um grupo de representantes do

² Marques foi diretor-secretário de um dos principais jornais do Rio Grande do Sul nos anos de 1950, o *Diário de Notícias*, fundado em 1925.

setor livreiro e de editores ligados à seção RS da Câmara Brasileira do Livro (CBL), que se constituiu como um braço dessa instituição nacional, criado especialmente em função da Feira do Livro de Porto Alegre. No ano de 1963, a entidade passou a denominar-se Câmara Rio-Grandense do Livro (CRL) e tornou-se oficialmente a instituição promotora e organizadora da Feira até o presente momento. Aliadas a tal instituição, inclui-se ainda na promoção do evento, a partir de 1995, os incentivos financeiros de empresas patrocinadoras/apoiadoras assim como contrapartidas alavancadas nos âmbitos estaduais e municipais pelas Secretarias de Cultura locais.

Em termos de atividades culturais realizadas no período da Feira, cabe registrar que, à medida que o evento foi crescendo em proporções, outras ações foram sendo incorporadas à sua programação, estando entre elas: mesas-redondas, palestras e debates sobre temas de diferentes ordens, tais como cinema e literatura, direitos autorais, patrimônio, memória e preservação, poesia, etc. Somam-se ainda apresentações artísticas (musicais, rodas de histórias, saraus literários, orquestras), atividades de contação de histórias e encenações de peças de teatro destinadas, em especial, ao público infanto-juvenil. Também vale apontar as atividades da *Hora do Educador* e programações escolares endereçadas para professores, com debates oficinas e exhibições de filmes, curtas e documentários, entre outros.

Pensando sobre a expansão desse evento, cabe registrar o aumento dos espaços que o apresentam na mídia, bem como o número de atrações/eventos ofertados na Feira, o que tem feito crescer também os apelos para um consumo cultural, que atinge o público que a prestigia. Além dos espaços garantidos na mídia impressa, especialmente no encarte do jornal que analisei, é importante registrar que outros braços de comunicação do grupo gestor do Jornal ZH³ assim como outros grupos da mídia de comunicação (rádio e TV), se ocupam igualmente com a Feira, realizando, por exemplo, transmissões em estúdios sediados dentro da Feira.

Desde 2005, a Feira do Livro passou a ser noticiada pelo Jornal ZH em um encarte específico, nomeado *Caderno da Feira*. O encarte é identificado pela logomarca do evento, localizada na parte superior esquerda, com predomínio das cores de retoques do *layout*, nas mesmas tonalidades da logomarca. São veiculadas sugestões de autores e obras, entrevistas com autores que participam das sessões de autógrafos, depoimentos e entrevistas com o público, dicas de roteiros e/ou espaços a serem visitados, novidades e curiosidades sobre personalidades da literatura.

Tal encarte tem mantido praticamente o mesmo *layout* e seguido a mesma diretriz visual. Está dividido em quatro partes, sendo elas: capa, página central, organizada em duas folhas, e contracapa. A página de capa recebe a manchete da reportagem

3 Na atualidade, o Grupo RBS é apontado como um dos maiores complexos multimídia da Região Sul do país, possuindo, no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, oito jornais, 24 estações de rádio AM e FM, dois portais na internet, 17 emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo, duas emissoras locais (denominadas comunitárias) e um canal veiculado nacionalmente voltado para o segmento rural. De acordo com informações divulgadas pelo Grupo RBS, em seu site institucional, a tiragem do jornal já atingiu o número de 190 mil exemplares por dia.

central do dia, geralmente seguida de ilustrações, imagens ou fotografias. Já a página central apresenta fragmentações em pequenas seções contendo recomendações e sugestões para leitura e relatos do cotidiano do patrono nas dependências da Feira, além de matérias da autoria dos próprios colunistas do jornal ou de escritores locais, que falam de infância, adolescência, família, leitura, escola, personalidades, etc., opiniões, curiosidades, presença de autores, escritores, ilustradores e poetas, tanto nacionais quanto internacionais, literatura infantil, entre tantas outras matérias que permeiam a programação do evento. Na parte final da contracapa, está apresentada a programação do dia, em formato de convite para estar presente no evento, ir ao espaço da Praça ou compartilhá-la por meio dos diferentes canais de comunicação do Grupo RBS ou de ambientes virtuais, pois há notas que destacam a programação transmitida pela rádio, TV e pelo site institucional do Grupo.

É possível dizer que na Feira, comemora-se o livro de diferenciadas formas – promove-se a sua venda, dá-se destaque a determinados autores e autoras, divulga-se a importância da leitura e da escrita –, mas igualmente dá-se visibilidade a seus promotores, patrocinadores, gestores, expositores e visitantes. Visualiza-se, assim, a amplitude da Feira e o quanto ela se tornou um marcador cultural de Porto Alegre – uma espécie de evento central catalisador/irradiador da cultura –, sediando, no período de sua realização, tudo o que acontece de importante no cenário artístico, social e cultural da cidade. É em decorrência desse conjunto de elementos entrelaçados que se pode dizer que a Feira se transforma em um espetáculo, não só pela dimensão que a mídia lhe atribuiu, mas também pela complexa trama de situações, ações, pautas, interesses, personalidades, patrocinadores, gestores, expositores e visitantes. Além disso, a Feira ganhou conotação de espetáculo, seja por agregar eventos culturais e espaços cada vez mais múltiplos, seja por ocupar amplos espaços em propagandas, jornais, rádios, televisão e espaços virtuais.

3 | ANCORAGENS TEÓRICAS: ENTENDENDO O ESPETÁCULO

Nesta seção, debruço-me em fazer apontamentos acerca do que estou compreendendo e denominando “espetacularização da Feira”, valendo-me de expressão enunciada pelo filósofo marxista francês Guy Debord (1997), que reenuncio a partir de considerações feitas por Kellner (2006). Considero o pensamento debordiano para apontar vinculações entre espetáculo e mídia, cada vez mais implicadas na constituição de significações para esse evento. Para tanto, tomo a espetacularização como uma importante categoria de análise.

A expressão “espetacularização da mídia” está associada ao pensamento de Guy Debord, autor que critica a sociedade de consumo e o papel que a mídia exerce na proliferação desse consumo e na aceitação de um modelo de sociedade capitalista. Nas palavras do autor, “o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante. É

a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha” (DEBORD, 1997, p. 14-15, grifos do autor). O espetáculo opera, segundo Debord (1997), na estruturação de uma sociedade ancorada na sociedade do consumo e privilegia a promoção e exibição de imagens, sentimentos, formas estéticas e identidades como mercadorias. O autor também aponta a alienação e a passividade dos públicos frente às investidas do espetáculo, ou seja, em sua concepção, essa espetacularização é um problema que deve ser denunciado e combatido.

Já Kellner (2006), ao discutir o conceito de espetáculo, distingue passividade de atividade e consumo de produção, mantendo, no entanto, a condenação ao consumo inconsciente a que o espetáculo conduziria. Este autor, destaca como essa sociedade espetacular, em que estaríamos vivendo, “espalha seus bens principalmente através de mecanismos culturais de lazer e de consumo, serviços e entretenimentos, governados pelos ditames da publicidade e de uma cultura mercantilizada” (p. 123). Ressalto, entretanto, que no estudo que desenvolvi me vali de tal expressão considerando não apenas a sua negatividade, mas as produtividades dela decorrentes. Assim, na perspectiva ao qual estou inserida, emprega-se essa noção para examinar significados atribuídos a práticas culturais nos contextos em que estas ocorrem, sem atribuir aos públicos o papel passivo que Debord lhes confere.

Retomando as considerações de Kellner (2006) sobre o espetáculo, cabe dizer que elas nos instigam a tensionar o olhar para considerar como a mídia, o consumo e os eventos culturais atuam, nos dias de hoje, na produção, circulação e regulação de novos modos de ser. Nas palavras do autor,

Na cultura da imagem pós-moderna, o estilo e o visual se tornam parâmetros cada vez mais importantes de identidade e de apresentação do indivíduo na vida cotidiana, e os espetáculos da cultura da mídia mostram e dizem às pessoas como devem se apresentar e se comportar (KELLNER, 2006, p. 9).

No caso da Feira do Livro, percebe-se o papel que as editoras universitárias, públicas e privadas e os escritores mais conhecidos do meio literário local e internacional têm na sua organização. Esses são alguns dos destacados integrantes nessa complexa e heterogênea rede envolvida com a organização do evento, além de serem também alguns dos enunciadores das compreensões sobre ele estabelecidas. Eles são igualmente representativos dos muitos interesses de mercado que envolvem a divulgação e a vendagem de livros, ao lado das organizações estatais, livreiros, mídia, ações governamentais, escolas, patrocinadores e patronos, entre outros.

4 | DIMENSÕES DO ESPETÁCULO NA PROGRAMAÇÃO DA FEIRA

A programação cultural disponibilizada ao público que circula pela Feira do Livro engloba um conjunto amplo e diversificado de atividades culturais. Essa

programação desenrola-se em três áreas principais (Geral, Internacional e Infanto-Juvenil), voltadas a atender e a valorizar símbolos, imagens, artefatos e formas de identificação da cultura local, mesmo que uma dimensão mais internacional também oriente a sua programação. A internacionalização do evento não se esgota nessas homenagens pontuais e estende-se à promoção de palestras, das quais participam autores e escritores de outros países representados na Feira e cujos livros são nela lançados. Há também debates sobre temas, tais como tradução e digitalização de acervos, exibição de filmes, seminários sobre literatura e divulgação das traduções de obras de autores gaúchos para outros idiomas.

Acompanhando os balanços oficiais divulgados ao final de cada uma das edições do evento no site institucional da Câmara Rio-Grandense do Livro (CRL), que reuni para as análises deste artigo, no que se refere ao volume de atividades culturais contabilizadas e oferecidas ao público participante, verifica-se que o “carro-chefe” da programação geral do evento está concentrado nas sessões de autógrafos. Estas representam a parcela maior de atrações endereçadas ao público circulante e participante da Feira, tendo como finalidade promover autores reconhecidos no cenário nacional e internacional, muitas vezes convidados e anunciados previamente, pois suas presenças se constituem em atrações e em um chamamento ao público para este espaço.

O encarte Caderno da Feira dedica diariamente uma página inteira à programação da Feira e ao que nela se configura como destaque. As sessões de autógrafos com autores e escritores sempre são nele salientadas: registram-se as principais “atrações”, acompanhadas de notas informativas sobre o livro e um breve currículo dos autores que farão o lançamento, além do horário e local da atividade e da recomendação de que cada um “se programe” previamente para estar presente ao lançamento.

A partir de 2007, o encarte passou a incluir em sua página central uma seção intitulada *Perguntas para*, na qual, a cada dia, são direcionadas questões para um dos autores nacionais ou internacionais que lançam obras na Feira. Esses “autores atração” respondem a três questões, geralmente voltadas para a divulgação ou promoção de obras lançadas na Feira. O papel dessa seção parece ser tornar os autores que participam da Feira mais conhecidos do público.

No recorte inserido na Figura 1, reproduzo uma breve entrevista realizada com o escritor e cineasta Tabajara Ruas, na qual este focaliza desafios que lhe pareceriam permear a transformação de uma obra literária em uma produção cinematográfica.



Figura 1: Destaque à presença do autor Tabajara Ruas. Fonte: ZH, 01/11/2012, p. 3

Em sua estratégia de destacar autores – grande parte deles ligados à própria RBS –, obras e algumas atividades que compõem a programação, o encarte promove a divulgação e a valorização da Feira. O Caderno explicita também as motivações para a escolha dos temas focalizados nas obras, traz comparações entre a literatura e outras artes, reproduz discussões sobre temas candentes, tais como a leitura em novos suportes digitais e suas transformações, e destaca a importância de gêneros literários (poesia, teatro, crônica, prosa...) para certos tipos de públicos. Aponta, ainda, traduções de obras originalmente produzidas em língua portuguesa para outras línguas e suas repercussões. Pode-se destacar o quanto os adjetivos, os vocativos e as manchetes chamativas, propositalmente carregadas de imperativos, figuram nos títulos e textos das matérias que compõem o encarte. Também é possível dizer que essas estratégias são usadas tanto para salientar a importância da leitura daquele autor e daquelas obras que estão sendo apresentado no encarte, quanto para tornar mais visível o produto/mercadoria que a Feira oferece – o livro.

As seções da página central são dedicadas a destacar biografias, introduzir trechos da obra para divulgação, apresentar resenhas críticas, indicar como se deu a seleção da temática abordada pelo autor e ampliar informações acerca da produção da obra, entre outros aspectos. Entre as seções, estão: *Destaques do Dia* (contém as indicações de autores que participarão das sessões de autógrafos e lançamentos de livros naquele dia); *Opinião* (sinopse de obra e entrevista com algum autor que conversará com o público naquela data); *Sugestões de Leitura* (geralmente com a indicação de três autores e obras); *Palavra de escritor* (apresenta três autores, a data programada para a sessão de autógrafos, suas obras e uma citação em forma de relato). Em certa medida, nas indicações referidas, sinalizam-se quais são os autores de referência, os que devem ser reconhecidos – e que assim se constituem por figurarem entre os mais lidos – e como são elevados à categoria de “celebridades”, às vezes duradouras, outras vezes momentâneas.

O Caderno também registra apresentações musicais e culturais. A edição de

31/10/2012 faz referência a uma apresentação da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA) na qual estiveram presentes cerca de mil pessoas. Tal programação integra-se às apresentações na Feira dos Concertos Comunitários, promovidos pelo Grupo Zaffari em parceria com a Orquestra de Câmara da Pontifícia Universidade Católica (PUC), dos quais participam regentes e músicos convidados.



Figura 2: Destaque da Programação: apresentação da OSPA na Feira. Fonte: ZH, 31/10/2012, p. 1

O encarte também registra apresentações de diferentes grupos de dança na Programação da Feira, sendo alguns deles folclóricos, clássicos, contemporâneos, de rua, jazz... Os grupos são formados por alunos de escolas da capital. No caso da imagem na Figura 3, está registrada uma apresentação de tango do Grupo Oito Adelante, que se apresentou na Feira na edição de 2011. Nesse evento, dois autores argentinos, sendo eles: Eduardo Saccheri, autor do livro que inspirou a produção cinematográfica *O segredo dos seus olhos*; e, Alan Pauls, que lançou o romance *História do Cabelo*, segunda parte de uma trilogia de ficção que recupera o contexto histórico da década de 1970 em seu país natal, lançaram suas obras na Feira.



Figura 3: Destaque da Programação: musical de tango na Feira. Fonte: ZH, 14/11/2011, p. 27

As palestras em formato de Ciclos são outras atividades realizadas na Feira. Na Figura 4, vê-se o modo como o encarte noticiou o Ciclo História do Brasil, do qual participaram autores nacionais, tais como o jornalista Laurentino Gomes, autor das obras *1808* e *1822*, e a historiadora Mary Del Priore, que lançava o livro *Uma Breve História do Brasil*. Esse ciclo de debates envolveu também outra mesa de discussões, da qual participaram o escritor e cineasta José Roberto Torero e o jornalista Eduardo Bueno, popularmente conhecido como Peninha, tendo como mediadora a jornalista e organizadora-geral dos Encontros com o Autor, Cristiane Ostermann. Os “bate-papos” promovidos nessas mesas objetivam colocar em destaque obras com caráter histórico que vêm atraindo cada vez mais o interesse do público leitor, circunstância comprovada pelo volume total de obras do gênero comercializadas.



Figura 4: Destaque da Programação: Ciclo de Palestra realizada na Feira. Fonte: ZH, 1/11/2010, p. 40.

Na reportagem extraída do encarte, foram apresentadas sínteses das falas de cada um dos convidados palestrantes e interlocutores das mesas, ressaltando

“dicas” para o sucesso nas vendas e para adesão do público a esse tipo de obra. Os dois autores citaram como razões para essa aceitação: a mescla de linguagem – a forma de redação mais jornalística associada ao conhecimento acadêmico, que deixaria o texto menos “sisudo”, mais “leve”, “envolvente” e “atrativo”; e os próprios temas focalizados, que se debruçam sobre narrativas históricas, descritas a partir de elementos do cotidiano e contos pitorescos. A reportagem destaca, por exemplo, a avaliação do autor Laurentino Gomes acerca da temática norteadora das discussões na sequência dos encontros: “historiadores podem ensinar aos jornalistas métodos e disciplina na pesquisa e os jornalistas, por sua vez, têm contribuição de linguagem e estilo a dar no ensino e na divulgação desse conhecimento” (ZH, 1/11/2010, p. 40).

No que se refere às programações endereçadas ao público infanto-juvenil, além da amplitude de ações direcionadas ao público escolar, há as contações de histórias, que muitas vezes envolvem apresentações teatralizadas, com uso de fantoches, encenando-se histórias e enredos inscritos em diferentes gêneros literários – poemas, contos, prosas, crônicas, romances. A Figura 6 mostra o palco que serviu para as apresentações; ao fundo, vê-se uma grande cortina composta por variados retalhos de tecido, identificada ao centro com a expressão QG dos Pitocos. Logo à frente, havia almofadas espalhadas pelo chão. A matéria, logo nas primeiras linhas, diz que “a contadora de histórias espera as crianças”.



Figura 6: Destaque da Programação: Contação de Histórias. Fonte: ZH, 6/11/2010, p. 3.

Todas as ações anteriormente referidas representam uma pequena “amostra” das muitas atrações constantes na programação das várias edições da Feira, que, sob as lentes do jornal, ganham novos destaques para envolver o público leitor. Todas essas ações reafirmam a intenção principal de convocar o público para comparecer ao evento e estar em contato com as obras em exposição para serem adquiridas.

O jornal também se vale de estratégias como a quantificação e a estatística. Em relação aos números comercializados na Feira, tal como apresentado em uma das notas informativas, intitulada Crescimento (ZH, 11/11/2013, p. 3), que apresenta dados relativos à Feira de 2013, por exemplo, dados parciais, comparados ao mesmo período da edição de 2012, apontaram um incremento de 25% no número de obras

comercializadas. Foram vendidas 411.056 obras, registrando-se a circulação de aproximadamente um milhão e quatrocentas mil pessoas na Feira.

Assim, além do volume expressivo de obras comercializadas e colocadas ao alcance das “mãos” da população, o encarte também destaca as múltiplas atribuições da Feira – comemoração do livro, promoção de vendas, destaque de autores/as, divulgação da leitura, propaganda de promotores, patrocinadores e gestores, acoplamento a eventos culturais, como a Bienal do Mercosul, mostras fotográficas, oficinas de criação literária, palestras, entrevistas com autores, apresentações musicais, além daquelas bastante triviais, registradas na matéria de capa do encarte Caderno da Feira.



Figura 7: Capa do encarte Caderno da Feira. Fonte: ZH, 15/11/ 2013, p. 01.

Na edição, destaca-se que os “6 motivos para ir à Praça” incluem motivações bem diversas da “aquisição de livros” – posar para foto em um “lambe-lambe”, visitar um velho livreiro e prédios históricos, olhar estátuas, assistir a um recital, comer pipocas e até tomar um “chopinho”. A Feira está configurada no Caderno a partir desse rol de razões, com as quais alguns leitores possivelmente não se identificam, e ainda outros encontram outras tantas motivações para ir à Feira. E elencar razões pelas quais a Feira seria um evento imperdível é uma das estratégias voltadas à convocação dos públicos para participarem do evento. É preciso acrescentar que, além dos motivos expressos no encarte, outros mais são recorrentemente enunciados, como, por exemplo, nos muitos convites para participação em palestras, mesas-redondas, oficinas, bate-papos com autores e sessões de autógrafos, ou sob a forma de notícias que apontam a programação e os “destaques do dia”. Pode-se dizer que é esse conjunto de ações/programações/motivos que, às vezes mais, às

vezes menos, tem configurado o evento como um dos mais importantes marcadores culturais da cidade de Porto Alegre.

5 | PALAVRAS FINAIS

Encaminhando-me para as considerações finais considero ser importante indicar que as análises evidenciam que em função da amplitude dos espaços físicos e do número de atrações, atividades e exposições que ela oferece, para lá ocorre um contingente cada vez maior de pessoas, que circulam e participam das inúmeras programações oferecidas, as quais buscam contemplar os mais diferentes tipos de públicos. Vale destacar ainda que a Feira do Livro ganhou notoriedade e espaços importantes na mídia, particularmente, no jornal se inscreve a Feira de muitas maneiras, a partir da ampliação da cobertura que sobre ela se faz, o que se externa no número de colunas, seções, matérias e reportagens que circulam no jornal, além de atualmente estender-se às redes sociais. O jornal faz uma constante alimentação de informações sobre a Feira na *web*, e isso não se restringe ao período em que ela se realiza, ocorrendo também ao longo do ano todo. E ainda, pode-se dizer que se tornou um espetáculo cujo projeto comporta ações de naturezas bastante diversas, havendo intervenções com propósitos mais pedagógicos que envolvem, inclusive, o público escolar. Por fim, cabe dizer, que a Feira acopla e reúne ações paralelas, congregando eventos musicais, cênicos e educativos, além dos literários.

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2007.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre Estudos Culturais**. São Paulo: Bomtempo Editorial, 2003.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, v.22, n.º. 2, jul./dez, 1997.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru/São Paulo: Edusc, 2001.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SARLO, Beatriz. **La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas**. Buenos Aires: Ariel, 1998.

STEINBERG, Sirlei; KINCHELOE, Joe. L. **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SOBRE A ORGANIZADORA

VANESSA CRISTINA DE ABREU TORRES HRENECHEN: Graduada em Comunicação Social/Jornalismo (UEPG); mestre em Crítica de Mídia (UEPG). Tem 10 anos de experiência em assessoria de imprensa. Atualmente é proprietária de agência de publicidade que presta serviços na área de marketing e comunicação empresarial.

ÍNDICE REMISSIVO

C

Comunicação 1, 2, 5, 6, 13, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 26, 28, 33, 37, 38, 46, 48, 51, 57, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 84, 85, 88, 90, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 116, 120, 121, 122, 124, 131, 132, 136, 137, 156, 157, 160, 162, 165, 166, 167, 171, 177, 178

Consumo 17, 74, 75, 76, 90, 98, 100, 110, 111, 129, 134, 147, 148, 149, 150, 155, 169

F

Facebook 17, 62, 130, 132, 148, 166

Fotografia 1, 2, 3, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 86, 87, 88, 89, 144, 149

G

Games 7, 61, 64, 68, 133, 134, 140, 143

I

Identidade 30, 37, 39, 76, 86, 138, 143, 169, 173, 175

Influencers 5, 15, 16, 17, 18, 21, 23

Instagram 5, 7, 17, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 154, 155, 174, 175

Internet 16, 17, 18, 22, 23, 24, 51, 52, 54, 61, 62, 64, 70, 74, 97, 117, 122, 132, 158, 160, 169, 170

J

Jornalismo 2, 5, 7, 61, 70, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 94, 95, 101, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 131, 159, 178

M

Marca 7, 7, 105, 134, 140, 165, 168, 169, 172, 173, 174, 175, 176

Meio Ambiente 7, 90, 93, 94, 109, 110, 111, 114, 118, 119, 121, 138, 139, 156

Midiatização 5, 7, 23, 26, 33, 72, 122, 123, 130, 131, 158, 159, 167

N

Narrativas 5, 7, 28, 33, 73, 81, 84, 102, 133, 135, 136, 137, 138, 143, 144

Notícia 24, 28, 33, 36, 49, 97, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 118, 161, 167

P

Publicidade 76, 144, 168, 169, 170, 171, 178

R

Relações Públicas 15, 96

T

Transmidia 142, 143

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-563-1

