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 ZH

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

Gisele Massola[1]

Resumo: Múltiplas seriam as instâncias culturais – jornais, revistas, TV, etc. – implicadas na invenção de saberes, valores e atitudes colocados em circulação nas sociedades (KEL-

1. Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em Educação e graduada em História, ambos pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Atualmente, é professora dos cursos de graduação em EAD de: Ciências Sociais, Geografia e História na ULBRA. Pesquisadora vinculada ao campo dos Estudos Culturais tendo interesses principalmente nos seguintes temas: Educação, Cultura, Mídia, Pedagogias Culturais, Identidade e Diferença. Email: giselemassola@gmail.com

LNER, 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.

Abastract: 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 perform subjectivations, 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, desenhos animados, 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 e Kincheloe (2004) e Giroux (2004). De modo geral, esses autores assumem uma abordagem na qual postulam que diferentes instancias 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.

Neste artigo, parte de uma investigação de doutoramento em Educação, recentemente concluída, examina-se um complexo evento cultural – a Feira do Livro de Porto Alegre/RS, – realizado anual e interruptamente desde 1955 (que neste ano promoveu sua 62ª edição) 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 e para a própria Feira e seus participantes.

Interessa-me analisar como a Feira é discursivamente configurada através da mídia, mais detidamente nas páginas do jornal 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, entrevis-

tas, notícias tem participado da invenção e da espetacularização deste evento cultural. Examino 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.

O texto inspira-se na perspectiva teórica dos Estudos Culturais em Educação, valendo-se de teorizações de autores como: Canclini (2007), Debord (1997), Hall (1997), dentre outros. 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 hierarquias, distinções, elitismos, segregacionismos, 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. Faço uso de algumas palavras de Cevasco (2003) para destacar que 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" (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 dessa "*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: apresentando 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 Marques[2] trouxera informações para os livreiros locais, estimulando-os a promover algo parecido para popularizar o acesso ao livro. Porém, por certo, 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, que passou a ocorrer anualmente, foi realizado em locais públicos: primeiramente, era restrito à Praça da Alfândega, passando, posteriormente, a ocupar também parte das imediações e dos prédios vizinhos, localizados no chamado "Centro Histórico de Porto Alegre", tendo ocorrido ampliações espaciais que estenderam o evento até a orla do Guaíba, onde ficam os armazéns do antigo Cais do Porto.

A iniciativa de organização do evento partiu de um grupo de representantes do setor livreiro e de editores ligados à seção RS da Câmara Brasileira do Livro (CBL), que se constituiu como um braço dessa renomada 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

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.

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 do Rio Grande do Sul e de Porto Alegre.

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 a realização de mesas-redondas, palestras e debates sobre temas de diferentes ordens, tais como sustentabilidade, cinema e literatura, direitos autorais, patrimônio artístico, memória e preservação, perspectivas da economia brasileira frente à crise mundial, envelhecimento e longevidade, poesia, etc. Somam-se a isso apresentações artísticas (musicais, rodas de histórias, saraus literários, orquestras), encontros, 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 sobre temáticas variadas, entre elas: narrativas, bibliotecas, leitura, cultura popular), oficinas e exibições de filmes, curtas e documentários que focalizam, por exemplo, desencontros amorosos (Livros no Quintal), relatos de viagens (Mapa-Múndi) e intercâmbio cultural (24 horas com Carolina), entre outros.

Em relação à frequência de oferecimento dessas atividades paralelas, dados da última edição do evento registram que a programação permanente contou com a oferta de 293 eventos gratuitos endereçados ao público adulto, sendo 176 palestras, 71 apresentações artísticas e 30 oficinas. Na mesma edição, o Pavilhão de Autógrafos sediou 672 sessões, ocorrendo mais 60 sessões no Museu de Artes do Rio Grande do Sul (MARGS) e 56 no Cais do Porto. Dos palestrantes participantes convidados, 51 eram brasileiros de fora do Rio Grande do Sul e 35 foram convidados de outros países. Participaram das atividades em torno de 740 gaúchos.

De acordo com os números apresentados pela CRL[3], ao final da 62ª edição do evento, extima-se que o público total circulante pelo evento foi em torno de 1,4 milhão de pessoas.

Pensando sobre a expansão desse evento, cabe registrar o importante 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 jornal e no encarte que analisei, é importante registrar que outros braços de comunicação do grupo gestor do Jornal ZH[4] se ocupam igualmente com a Feira, realizando, por exemplo, transmissões em estúdios localizados dentro da Feira. Vale destacar ainda que atualmente, não apenas o Grupo RBS, mas também outros grupos da mídia de comunicação (rádio e TV), com sedes locais, tais como Record, Band, TVE, Pampa e Rádio Guaíba, entre outras, montam estúdios nas dependências da Feira, de onde produzem/exibem/divulgam sua programação diária, além de propiciarem a cobertura do evento.

Desde 2005, a Feira do Livro passou a ser noticiada pelo Jornal ZH em um encarte específico, nomeado *Caderno da Feira*. O encarte é geralmente identificado pela logomarca do evento, localizada na parte superior esquerda, e apresenta predomínio das cores de retoques do layout, assumindo as 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 ou espaços a serem visita-

3. Disponível em: http://www.feiradolivro-poa.com.br/ Acesso em Novembro de 2016.

4. 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. O jornal ZH é um dos oito jornais pertencentes ao Grupo RBS. 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.

dos, relação de bancas de editoras com livros em promoção e saldos, novidades e curiosidades sobre personalidades da literatura.

Tal encarte, desde sua primeira edição, 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 central do dia, geralmente seguida de ilustrações, imagens ou fotografias. Já a página central apresenta 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 função de tudo isso que se pode dizer que a Feira se transforma em um espetáculo, não só pela dimensão que a mídia lhe atribuí, 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: algumas considerações sobre o espetáculo

Nesta seção, debruço-me em fazer apontamentos acerca do que estou chamando de 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). Nas seções que integram este capítulo, destaco o papel que o encarte *Caderno da Feira* e algumas outras notícias veiculadas em jornais locais têm na produção discursiva dessa aludida espetacularização da Feira do Livro de Porto Alegre.

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 primeira 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. Esse 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 neste estudo me vali de tal expressão considerando não apenas a sua negatividade, mas as produtividades dela decorrentes. Assim, na perspectiva em que me insiro, 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 já referidas organizações estatais, livrei-

ros, mídia, ações governamentais, escolas, patrocinadores e patronos, entre outros.

4 A dimensão do espetáculo na programação da Feira do Livro

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 desde as primeiras edições do evento. Tal atividade não tem o objetivo exclusivo de divulgar obras de autores locais, mas serve também para 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 o espaço do evento.

O encarte Caderno da Feira dedica diariamente uma página inteira à programação da Feira e ao que nela se con-

figura 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.

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.



3 perguntas para
Tabajara Ruas

14h

16h

17h

17h30min

Figura 1: Destaque à presença do autor Tabajara Ruas na seção 3 Perguntas para do Caderno da Feira
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, propositadamente 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 apresentadas 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 durante a Feira do Livro de 2012
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, 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.


Esquina da praça

Dançar tango em Porto Alegre

Figura 3: Destaque da Programação: apresentação artística e musical de tango na Feira do Livro de 2011
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.



56ª feira do livro

HISTÓRIA VIVA

Passado sem teia de aranha

Autores Laurentino Gomes e Mary del Priore abrem hoje o Ciclo História do Brasil, no Memorial do RS

Laurentino é responsável pelos best-sellers "1808" e "1822"

Especial
LUIZA PUFFERO

Escritores que estão tirando a poeira do passado e estrelando as listas de mais vendidos vão se encontrar na 56ª Feira do Livro de Porto Alegre.

Serão dois debates no Ciclo História do Brasil, hoje e amanhã, às 18h, na Sala dos Jacarandás do Memorial do RS.

Hoje, o tema História, Brasil e o que Você Tem Com Isso é comentado pelo autor dos best-sellers *1808* e o novo *1822*, Laurentino Gomes, e pela historiadora Mary del Priore, que lança *Uma Breve História do Brasil*, parceria com o professor e pesquisador Renato Venâncio. A mediação é de Claudia Laitano. Amanhã, o escritor e cineasta José Roberto Torero e o jornalista Eduardo Bueno, o Peninha, contam Histórias da História do Brasil, com mediação de Cristiane Ostermann.

No primeiro debate, Laurentino e Mary vão olhar para a história desde os tempos em que o Brasil era a Terra de Vera Cruz. Mais do que isso, vão também expor o que todos nós temos a ganhar ao entender o que ficou para trás.

– Vejo com enorme alegria a presença de tantos livros de história nas listas de best-sellers. É sinal de que os brasileiros estão olhando para o passado em busca de explicações para o país de hoje. E a história serve para isso mesmo – avalia o escritor.

Para Mary, autora de mais de 40 livros, é o momento de dar uma "vestimenta atual" aos anos perdidos no tempo.

– As pessoas hoje têm estudo, têm MBA, mas está faltando conhecimento de história. Um historiador mais sisudo diria que esse conhecimento ensina lições, mas a gente quer ir além, mostrar que a história ajuda a refletir e trazer inovação, criatividade e mais participação até em reuniões de trabalho, por exemplo.

O segredo para conquistar esse tão almejado público reposa fortemente na linguagem. Embora Laurentino venha do jornalismo, e ela da academia, Mary afirma que a proposta de ambos é a mesma, com a aproximação com veículos de comunicação se mostrando determinante. As colaborações que a historiadora envia mensalmente a jornais permitiram que rompesse com a linguagem acadêmica. Seus últimos livros venderam entre 15 mil e 50 mil exemplares, números altíssimos para livros de história.

Laurentino, por sua vez, busca sempre contar a história pela ótica da reportagem. A linguagem, segundo ele, deve ser didática e generosa com os leitores para ajudá-los a entender tanto o Brasil de ontem como o de hoje.

– Historiadores podem ensinar aos jornalistas método e disciplina na pesquisa. Os jornalistas, por sua vez, têm contribuição de linguagem e estilo a dar no ensino e na divulgação desse conhecimento – resume o escritor.

Para chegar ao grande público ele também lança mão de outros truques, como ressaltar elementos pitorescos da história. Isso explica, por exemplo, a opção por subtítulos que falam de uma rainha louca, um príncipe medroso, uma princesa triste e um escocês louco por dinheiro.

– Ninguém precisa sofrer para estudar história do Brasil – conclui Laurentino.

Figura 4: Destaque da Programação: Ciclo de História do Brasil realizado na Feira do Livro de 2010
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 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).

Outras atividades ocorridas na Feira, igualmente evidenciadas no Caderno da Feira, são as exposições e performances de artistas plásticos. A edição de 04/11/2013 menciona, por exemplo, a performance realizada na Feira de 2013 pelo pintor uruguaio Walter Blanco, a qual resultou de uma ação conjunta entre a Secretaria de Turismo do Rio Grande

do Sul (SETUR) e o Departamento de Turismo da Intendência de Maldonado, no Uruguai, onde o artista reside. A manchete "Uruguaio pinta o Sul no coração da Praça" deu destaque tanto à nacionalidade do artista plástico, quanto ao tema por ele retratado, de modo a provocar o leitor a prosseguir na leitura da reportagem. A fotografia do pintor, à direita do texto escrito, ocupa quase metade da página e também serve como estratégia utilizada pelo jornal para captar a atenção do leitor. Em um enquadramento central, exibe-se ainda outra fotografia, com dimensões menores, que permite ao leitor visualizar a obra finalizada.



Uruguaio pinta o Sul no coração da Praça

Performance atraiu curiosos durante o fim de semana

Figura 5: Destaque da Programação: Performance de artista Uruguaio na Feira do Livro de 2013
Fonte: ZH, 4/11/2013, p. 2.

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".



CAPÍTULOS

A contadora de histórias espera as crianças.

O primeiro livro de Erico Verissimo descansa na estante.

A teia tatuada desafia o tempo de papel.

A Feira do Livro de Porto Alegre cria literatura nunca escrita.

Poemas, contos, crônicas e romances, cada um com seu autógrafo particular e invisível.

Figura 6: Destaque da Programação: Contação de Histórias na Feira do Livro de 2010.
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, apre-

sentações musicais, além daquelas bastante triviais, registradas na matéria de capa do encarte Caderno da Feira de 15/11/2013 (Figura 7).


Caderno da Feira

ZERO HORA COM

6 motivos para ir à Praça

1 Tirar foto no lambe-lambe

2 Bater um papo com o Ilai

3 Curtir um happy hour

4 Visitar os prédios históricos do Centro

5 Comer pipoca com queijo

6 Assistir a um recital

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, visitar 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 Para finalizar

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 exibições que ela oferece, para lá acorre 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, N. G. 2007. Diferentes, desiguais e desconectados. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ. p. 55 – 100

CEVASCO, M. E. 2003. Dez lições sobre Estudos Culturais. São Paulo: Bomtempo Editorial. 192 p.

DEBORD, G. 1997. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto. 237 p.

HALL, S. 1997. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. Educação & Realidade. Porto Alegre, v.22, nº. 2, jul./dez. p. 15 – 46.

KELLNER, D. 2001. A Cultura da Mídia. Bauru/São Paulo: Edusc. 454 p.

_____. 2006. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis (Org.). Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad. p. 119 – 147.

SARLO, B. 1998. La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas. Buenos Aires: Ariel. 222 p.

STEINBERG, S.; KINCHELOE, J. L. 2004. Cultura infantil: a construção corporativa da infância. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 415 p.