Educação, Mídia e Espetáculo na cultura sul-riograndense: produções discursivas sobre a Feira do Livro de Porto Alegre no encarte *Caderno da Fei*ra do *Jornal ZH*

Gisele Massola

Palavras-chave: Educação; Mídia; Espetáculo; Estudos Culturais; Feira do Livro de Porto Alegre/RS.

RESUMO EXPANDIDO

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 promoverá 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. 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. 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 gaúcho *Zero Hora,* 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. 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), Costa (2005), Debord (1997), Fischer (2012), Yúdice (2006), Wortmann (2010), dentre outros. 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.