Cultura na Feira: extensão universitária como ferramenta para a construção da circulação cultural[1]

Fabrício Santos de MATTOS[2]
Faculdade Estácio do Pará – Estácio FAP

Resumo

O artigo faz parte da pesquisa que discute o papel das intersecções produtivas realizadas entre políticas culturais e comunicação, a partir de Estudos de Caso realizados pelo autor do trabalho. Coloca-se em evidência o papel da comunicação no âmbito das políticas culturais, principalmente por se tratar de um conceito em transição, continuadamente aliado às dinâmicas comunicativas. Partindo do projeto de extensão "Cultura na Feira", realizado entre duas instituições públicas de comunicação (Secretaria de Comunicação do Pará e Fundação de Telecomunicações do Pará) e uma faculdade particular (Estácio FAP), propomos investigar as possibilidades dessas imbricações, estabelecendo os cruzamentos conceituais entre políticas culturais, circulação cultural e comunicação, e demonstrando a construção de ferramentas operativa para intersecção dos campos da comunicação e da cultura.

Palavras-chave: Comunicação; Políticas culturais; Cultura na Feira; circulação cultural, difusão.

Pressupostos conceituais e ambiente de atuação das políticas culturais

O debate contemporâneo sobre as políticas culturais as situa num campo disciplinar e de atuação prática diversificada[3], por se tratar de um conceito em transição e pela amplitude que ganhou o conceito de cultura[4], continuadamente aliado às dinâmicas comunicativas, num momento em que a este último campo permeia a estrutura e o ambiente social contemporâneo.

Assim, o conceito de políticas culturais na atualidade acaba por abranger duas grandes dimensões: as ações governamentais que visam o desenvolvimento social, do sistema cultural, buscando atingir valores de cidadania do Estado Social; e as ações

[1] Trabalho apresentado no DP 08 – Estudos Interdisciplinares de Comunicação, GP – Políticas e Estratégias de Comunicação do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 01 a 03 de maio de 2013.
[2] Formado em Jornalismo (Universidade Federal do Pará), Mestre em Políticas Públicas e Sociedade (universidade Estadual do Ceará), professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade da Estácio FAP. E-mail: fsdemattos@gmail.com
[3] Entre as principais contribuições para as pesquisas de políticas culturais no Brasil, encontram-se autores do campo da Comunicação Social, Sociologia, História, Administração, Direito, Antropologia, Economia, entre outros.
[4] A partir das últimas décadas do século XX o conceito de cultura ganha em amplitude e abrangência. Em 1987, a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) passa a apontá-la em seus documentos programáticos que: "Em seu sentido mais amplo, a cultura pode agora ser considerada como todo o complexo de traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Isso inclui não apenas as artes e as letras, mas também os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças." (UNESCO, 1982, p.01). Este documento fundamenta a compreensão contemporânea que faz referência à 'dimensão antropológica' do conceito de cultura, tornando-o mais amplo que o das artes, e enfatizando as dinâmicas da sociedade, sua dimensão simbólica e de valores de modos de vida e herança social. Além disso, este conceito enfatiza mais os processos que os produtos culturais.

políticas organizadas por movimentos sociais, que acionam a cultura como recurso de luta e pressão política. Independentemente dos atores envolvidos, nas duas dimensões do conceito as políticas culturais estão relacionadas com a transformação social, como aponta Néstor García-Canclini,

> Os estudos recentes tendem a incluir sob este conceito o conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, as instituições civis e os grupos comunitários organizados para orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem ou transformação social. Mas esta maneira de caracterizar o âmbito das políticas culturais precisa ser ampliado levando em consideração o caráter transnacional dos processos simbólicos e materiais da atualidade (GARCÍA-CANCLINI, 2005, p.78, Tradução nossa[5])

Por outro lado, Albino Rubim (2007) propõe uma metodologia mais ampla e pragmática para a análise das políticas culturais, buscando demonstrar seu campo de abrangência e seus territórios de pertença, delimitando mais o conceito e apresentando uma ferramenta metodológica que demonstra a necessidade de compreensão das interfaces e da natureza dinâmica das políticas culturais.

Conforme exposto no Quadro 1 (abaixo), uma análise, avaliação e/ou interpretação compreensiva das políticas culturais deve considerar a complexidade das dinâmicas culturais e os momentos concatenados do sistema cultural.

QUADRO 1 - MODELO ANALÍTICO DE POLÍTICAS CULTURAIS

I. Definição e determinação da noção de política acionada, como momento sempre presente em toda e qualquer política cultural. (...);	II. Definição de cultura intrínseca a qualquer política cultural empreendida, a qual tem profunda incidência sobre a amplitude desta política. Fundamental constatar que toda política cultural traz embutida, de modo explícito ou não, uma concepção a ser privilegiada de cultura.(...);
III. (...). Investigar as formulações, condensadas em planos, programas, projetos etc; as ações, pensadas e realizadas, e, inclusive, as conexões e contradições entre elas é vital para o conhecimento das políticas culturais;	IV. Objetivos e metas são componentes fundamentais das políticas culturais. Através do estudo deles podem ser explicitadas as concepções de mundo, que orientam as políticas culturais e as repercussões pretendidas da intervenção político-cultural na sociedade. (...);

[5] No original: "Los estudios recientes tienden a incluir bajo este concepto al conjunto de intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social. Pero esta manera de caracterizar el ámbito de las políticas culturales necesita ser ampliada teniendo en cuenta el carácter transnacional de los procesos simbólicos y materiales en la actualidad." (GARCÍA-CANCLINI, 2005, p.78)

V. A delimitação e caracterização dos atores das políticas culturais é outra faceta essencial para o estudo das políticas culturais. Hoje, ao lado do tradicional e, por vezes, todo poderoso ator das políticas culturais, o Estado-nação, tem-se um conjunto complexo de atores estatais e particulares possíveis. (...) Antes significa que, hoje, ele [o Estado] não é único ator e que as políticas públicas de cultura são o resultado da complexa interação entre agências estatais e não-estatais. Mais que isto, o próprio Estado não pode mais ser concebido como um ator monolítico, mas como um denso sistema de múltiplos atores. (...);	VI. A elucidação dos públicos pretendidos é outro componente significativo a ser analisado nas políticas culturais. Cabe determinar quais os públicos visados e quais as modalidades de fruição e de consumo previstas e inscritas nas políticas culturais.(...). Dados significativos para o entendimento acerca das políticas culturais certamente estão embutidos na escolha dos públicos e de seus critérios de formatação. (...);
VII. A atenção com os instrumentos, meios e recursos acionados, sejam eles: humanos, legais, materiais (instalações, equipamentos etc.), financeiros etc. deve ser sempre um dos momentos interpretativos privilegiados no estudo das políticas culturais. (...)	VIII. Os momentos acionados do sistema cultural aparecem como outros elementos fundantes para caracterizar as políticas culturais. (...) Para uma configuração didática deste sistema, podem ser anotados os seguintes momentos, todos eles imprescindíveis ao movimento cultural: 1. Criação, invenção e inovação; 2. Difusão, divulgação e transmissão; 3.Circulação, intercâmbios, trocas, cooperação; 4. Análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão; 5. Fruição, consumo e públicos; 6. Conservação e preservação; 7. Organização, legislação, gestão, produção da cultura. (...). Por conseguinte, o estudo destes momentos acionados torna-se vital para compreender e explicitar configurações de políticas culturais.;
IX. Tomando em consideração o caráter transversal da cultura na contemporaneidade, uma das facetas constitutivas das políticas culturais hoje atende pelo nome de interfaces, pretendidas e acionadas. Como a cultura perpassa diferentes esferas socais, torna-se substantivo analisar suas interfaces, em especial com áreas afins, tais como educação, comunicação etc.	X. (...) As articulações realizadas entre estes variados componentes; a compatibilidade e coerência presentes dão consistência ao grau de sistematicidade existente nas políticas culturais.

FONTE: RUBIM, 2007, p. 149-157. (Adaptado pelo autor)

Interfaces entre Políticas Culturais e Comunicação

Os documentos programáticos e acadêmicos sobre as políticas culturais recorrentemente associam aos seus pressupostos as relações produtivas que devem ser estabelecidas entre os campos da comunicação e da cultura.

Nesse sentido, esta pesquisa busca constituir, a partir do modelo proposto por Rubim (2007), um estudo de caso situando os elementos presentes no sistema cultural, demonstrando as intersecções entre comunicação e cultura no âmbito das políticas culturais.

Se por um lado a ascensão da cultura pode ser associada a uma dinâmica do capitalismo, em que a dimensão simbólica se faz onipresente na economia e nas disputas políticas (HALL, 1997), a comunicação (em particular a midiatizada) é o elemento estruturante desse processo, envolvendo também a sociabilidade e configuração de uma cultura midiatizada (RUBIM, 2000).

Dentro do processo de análise das políticas culturais, é possível situar as dinâmicas comunicativas como presentes principalmente na etapa de circulação, ou seja, atuante fortemente no processo de divulgação e transmissão dos conteúdos culturais.

Nota-se, assim, que cada vez mais os consumos culturais se individualizam e os produtos culturais passam a ser consumidos em casa, e menos nos espaços de sociabilidade coletiva. García Canclini demonstra esta tendência, capitaneada pelo mercado das indústrias culturais[6], mas que muitas vezes não recebe uma equivalência democrática na construção e no desenho das políticas culturais.

> A educação e a formação de leitores e espectadores críticos costumam frustrar-se pela persistência das desigualdades socioeconômicas, e também porque as políticas culturais se desdobram num cenário pré-digital. Insistem em formar leitores de livros, e, à parte, espectadores de artes visuais (quase nunca de televisão), enquanto a indústria está combinando os espaços: ela produz livros e também audio-livros, filmes para cinema, para o sofá e o celular. Nos Estados Unidos vendem-se mais DVDs do que entradas para cinema. A Motion Pictures Association anunciou no final de 2006 que apenas 16% de seus rendimentos mundiais provem dos cinemas; o resto é gerado pelos direitos televisivos, DVDs e videocassetes (GARCIA CANCLINI, 2008, p. 18).

Dentro deste contexto, como construir políticas culturais criativas que atuem correlacionando as dinâmicas da comunicação e que incentivem circuitos culturais e criem contato com o público? Como aproximar o público num momento de individualização do consumo e convergência midiática?

A partir dos instrumentos de divulgação, seleção e veiculação dos conteúdos relativos ao projeto "Cultura na Feira", buscou-se construir e demonstrar as intersecções produtivas presentes nos campos da comunicação e da cultura, num momento de convergência midiática.

Caracterizando o projeto de extensão "Cultura na Feira"

[6] Aqui o conceito de indústrias culturais distancia-se do conceito adorniano, significando agora, como aponta Ramón Zallo "um conjunto de ramos, segmentos e atividades auxiliares industriais produtoras e distribuidoras de mercadorias com conteúdos simbólicos, concebidas por um trabalho criativo, organizadas por um capital que se valoriza e destinadas finalmente aos mercados de consumo, com uma função de reprodução ideológica e social" (ZALLO, 1988, p.22 *apud* BARBALHO, 2008, p. 36).

A pesquisa parte de um estudo de caso[7] elaborado a partir do projeto de extensão "Cultura na Feira: Cobertura Experimental da XVII Feira Pan Amazônica do Livro", firmado entre o setor público e o privado, no âmbito da comunicação, da circulação cultural e do ensino.

As organizações públicas e suas políticas e ações sociais cada vez mais precisam de visibilidade e circularidade maior. Este âmbito da circulação das ações é fundamental para todos os níveis de ação pública, tanto para fazer com o os *stakeholders* (cidadãos portadores de interesses e públicos dessas políticas) compreendam e se apropriem dessas ações.

No âmbito da cultura, as dinâmicas de circulação proporcionadas pela comunicação contribuem para mobilizar os públicos envolvidos e conseguir efetivar suas ações dentro da sociedade ou comunidade em que atuam.

Apresentam-se aqui duas dimensões de uma problemática concomitante e oportuna para o desenvolvimento do projeto: como construir políticas culturais criativas que atuem na correlacionando as dinâmicas da comunicação, incentivando os circuitos culturais e criando contato com o público, estimulando os usos dos espaços públicos? Ao mesmo tempo, como criar oportunidades de estágio e atuação profissional para alunos iniciantes em comunicação, mas com todos os elementos que compõe o processo produtivo real nos meios de comunicação, num ambiente estimulante para os estudantes?

Nesse sentido, o projeto foi elaborado com o objetivo de estabelecer a circulação da programação e dos produtos da XVII Feira Pan Amazônica do Livro[8] através da produção de alunos do curso de Comunicação da Faculdade Estácio do Pará (Estácio FAP).

A parceria foi estabelecida entre um órgão de ensino privado (Estácio FAP, particularmente os Cursos de Jornalismo e Publicidade), a FUNTELPA (Fundação Paraense de Radiodifusão)[9], e a SECOM (Secretaria de Comunicação do Estado do Pará).

[7] O Estudo de Caso é uma metodologia de pesquisa adotada em diversas áreas do conhecimento para compreender fenômenos sociais complexos. Um caso representativo de uma unidade de um fenômeno é analisado para compreender suas relações internas e externas, geralmente buscando construir uma explicação macrológica a partir de um universo reduzido. O movimento de análise e interpretação acontece no sentido do menor universo (caso) para o maior (sociedade). Portanto, um Estudo de Caso pode ser definido como "Um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais, quer seja essa unidade uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação (YOUNG, 1960, p. 269, apud GIL, 2002, p. 59).

[8] A Feira Pan-Amazônica do Livro é o maior evento literário da Região Norte do Brasil, sendo considerada a quarta maior do país, em número de visitantes. Em 2013, a Feira movimentou R$15 milhões e teve um público de 400 mil visitantes.

[9] A FUNTELPA é uma Fundação de caráter público formada pela Rádio, TV e Portal Cultura e é a única Rede de Comunicação Pública do Estado do Pará. Os veículos de comunicação da Funtelpa constituem a Rede Cultura de Comunicação, atualmente presente em 115 dos 147 municípios do estado.

A base da parceira foi a disponibilização do *know how* dos professores e estudantes de Jornalismo e Publicidade para construção de conteúdo e apoio de produção durante a Feira do Livro, e em troca os órgãos entrariam com o apoio de equipamentos, logística, vivência nos meios de comunicação e os certificados dos estudantes (equivalentes a um período de 40h de atividades cada um). Entre as metas do projeto é possível destacar:

QUADRO 2 – METAS DO PROJETO "CULTURA NA FEIRA"

• Realizar apoio de marketing institucional para o *stand* e as ações da Rede Cultura na Feira do Livro, promovendo os seus produtos;
• Dar apoio aos programas da TV e Rádio Cultura transmitidos ao vivo da Feira do Livro;
• Produzir conteúdo jornalístico complementar para o Portal Cultura;
• Produzir conteúdo jornalístico em texto e foto para o site da Feira do Livro;
• Produzir conteúdo multimídia e audiovisual para o site da Feira do Livro;
• Realizar a cobertura jornalística da Feira do Livro.

FONTE: Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

É importante salientar que as metas não apontavam números precisos de produção e sim o apoio que os estudantes dariam na realização de todas as transmissões da Rede Cultura de Comunicação durante o período de 10 dias da Feira do Livro, de 26 de Abril a 05 de Maio[10], realizada no Hangar Centro de Convenções da Amazônia.

Metodologia e Estratégia de Ação

Firmada a parceira entre os três órgãos, foi realizada a seleção aos alunos bolsistas do projeto e traçada a metodologia de atuação destes alunos. Foram selecionados 19 alunos dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, a partir de processo seletivo desenvolvido na própria Faculdade. Os estudantes ficaram assim dispostos: 8 estudantes de Jornalismo e Publicidade do primeiro semestre dos cursos; 8 estudantes do terceiro semestre dos cursos; 4 estudantes do quinto semestre; e 2 estudantes do sétimo semestre.

A seleção objetivou o processo de formação destes estudantes, proporcionando uma oportunidade de atuação no mercado de trabalho a partir da cobertura experimental de um grande evento. No processo, os estudantes mais avançados foram postos para trabalhar ao lado dos mais inexperientes, para que as trocas fossem possíveis. De um lado, os calouros e os mais jovens apresentavam uma visão mais recente dos produtos e processos, e os mais velhos e experientes apresentavam uma visão mais profissional do mercado de trabalho. Dados os objetivos do projeto, as equipes foram distribuídas da seguinte maneira:

[10] Apesar da Feira do Livro ter oficialmente 11 dias, no primeiro dia (26) a programação começava às 21h, com a abertura do evento. Portanto, a contagem da programação da Rede Cultura começava a ser veiculada a partir do dia 27 de Abril.

QUADRO 3 – DISTRIBUIÇÃO DOS ESTUDANTES NO PROJETO

• **1 aluno** para apoio de produção na TV Cultura, que transmitiu o programa "Sem Censura Pará" no período de transmissão do programa na Feira do Livro (29/04 a 03/05). (Equipe TV)
• **3 alunos** para apoio de produção em Rádio, para a transmissão dos programas da Rádio Cultura durante a Feira do Livro. No período de 27/04 a 04/05, foram transmitidos 4 programas: Caleidoscópio, Sarau Cultura, Balanço do Rock e Clube do Samba. (Equipe Rádio)
• **2 alunos** para produção de texto e fotos para o Portal Cultura (http://portalcultura.com.br/) (Equipe Webjornalismo)
• **7 alunos** para realizar o marketing institucional do stand da Rede Cultura na Feira do Livro, para receber o público que acompanhava os programas ao vivo e também para explicar sobre os produtos da Rede Cultura de Comunicação; (Equipe de Marketing)
• **6 alunos** para realizar vídeos e conteúdo multimídia para a cobertura jornalística e audiovisual da Feira do Livro, produzindo conteúdos para o site da Feira do Livro (http://feiradolivro.pa.gov.br/) e para o Portal Cultura. (Equipe Multimídia).

FONTE: Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Cada equipe atuava em três turnos diferentes (manhã, tarde e noite), obedecendo ao horário de aulas dos discentes e o horário do evento, que iniciava às 10h. A equipe do período da manhã atuava no horário de 10h às 14h; a tarde no horário de 14h às 18h; e a noite no horário de 18h às 22h[11].

No cronograma de atividades estava a cobertura da Feira Pan-Amazônica do Livro em sua vasta programação. Ao longo do processo, os alunos foram desenvolvendo as suas habilidades específicas, como texto, produção audiovisual, fotografias, atendimento ao público, produção, locução de rádio, entre outras.

Duas equipes de alunos eram orientadas por monitores da Secretaria de Comunicação do Estado do Pará (SECOM): a Equipe Multimídia e a Equipe de Webjornalismo. A equipe de *marketing* possuía três monitores da Rede Cultura, que orientavam o trabalho dos alunos nos diferentes períodos. Os discentes que atuavam em Rádio eram orientados diretamente pelos produtores da Rádio Cultura FM, assim como o bolsista de TV, que era orientado pelos produtores do programa "Sem Censura Pará", da TV Cultura.

Por sua vez, todos os monitores e equipes de alunos eram coordenados pelo professor da Estácio FAP, coordenador do projeto, que se fez presente durante todos os dias do evento, de 10h às 22h. O acompanhamento e cumprimento das metas do projeto foram realizados pela coordenação geral.

[11] Em cada turno de trabalho a estrutura de logística disponibilizava um lanche para os estudantes, sendo que no turno da manhã até a tarde (10h às 14h) a alimentação disponibilizada era o almoço.

Planejamento e Orçamento

Como apresentado anteriormente, no regime de parceria, a faculdade entrou com o *know how* de comunicação e os estagiários para apoio nos programas e na cobertura da Feira do Livro, e o Governo do Pará, com seus dois órgãos de comunicação (Rede Cultura e SECOM), entraram com estrutura de alimentação, monitores e equipamentos para a realização do projeto.

Entre os equipamentos disponibilizados pela SECOM e Rede Cultura, estavam:

QUADRO 4 - EQUIPAMENTOS DISPONIBILIZADOS

FUNTELPA	SECOM	ESTÁCIO FAP
Um microfone com fio;	Dois monitores para acompanhar os alunos na produção de textos e vídeos;	Dois notebooks para texto;
Impressora a laser;	Duas câmeras profissionais para gravação de vídeo;	Uma impressora laser.
Dois computadores (*desktop*) para edição de vídeo;	Um microfone sem fio.	
Duas canoplas próprias com a Logomarca da Estácio FAP e do projeto "Cultura na Feira";		
Sala Multiuso do Hangar Centro de Convenções		
Rede Wi-Fi.		

Elaborado pelo autor, com base nos dados da pesquisa.

Além desses equipamentos, os próprios estudantes levaram para o projeto suas câmeras de vídeo, *smartfones*, computadores e máquinas fotográficas, o que influenciou positivamente no resultado final do projeto.

Tendo posse dos equipamentos, o projeto foi executado no decorrer de dez dias (27 de Abril a 05 de Maio), em que foram realizados vídeos, programas de Rádio e TV, matérias jornalísticas para *web*, *marketing* institucional, distribuição de *folders*, atendimento ao público e fotografias.

Os resultados esperados inicialmente eram de cumprimento e produção do material encomendado pelos órgãos de comunicação. A meta principal era o ensino e a convivência dos alunos com os meios de comunicação da Rede Cultura.

Porém, os estudantes imergiram a fundo no projeto e abraçaram a idéia com vontade e entusiasmo. A produção e o nível do conteúdo e da participação dos estudantes surpreenderam, e os números demonstram esse processo.

Cobertura no Portal Cultura: dados e características

O Portal Cultura é o portal da Rede Cultura de Comunicação, veiculo web institucional que divulga os programas e as ações da FUNTELPA (Fundação de Radiodifusão do Pará).

No Quadro abaixo (QUADRO 4) é possível visualizar as características e as formas de veiculação realizadas ao longo dos dez dias em que o projeto atuou, como seus dados de acesso.

QUADRO 4 – PRODUÇÃO DOS ALUNOS VEICULADOS NO PORTAL CULTURA

WEBJORNALISMO – 3 MATÉRIAS PRODUZIDAS E ASSINADAS[12]
LINKS: http://portalcultura.com.br/node/33461 http://portalcultura.com.br/node/33499 http://portalcultura.com.br/node/33452 http://portalcultura.com.br/node/33417
VÍDEOS[13]: 7 vídeos veiculados no "Canalportalcultura" dentro da aba "Multimídia Vídeos"
TEASERS[14]: 6 *Teasers* Veiculados
MATÉRIA[15] AUDIOVISUAL – 1 matéria veiculada
LINKS: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=7XYLf8nV0fc http://www.youtube.com/watch?v=e-GhM-oxzXs http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=IkOExq-c5fA http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=NA_CRRMsyQI http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=YxTw5lTyIUk http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=tzraObJXWNM http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=l7hthA3Iy_o
TOTAL DE VISUALIZAÇÕES: 417

Elaborado pelo autor, com base nos dados do projeto.

Cobertura no site da Feira Pan-Amazônica do Livro: dados e características

O *hotsite* criado para a XVII Feira Pan Amazônica do Livro era alimentado pelo Projeto Cultura na Feira, sendo este um de seus objetivos. A difusão e a circulação cultural estava a cargo deste conteúdo produzido em formato *web* em texto e foto, mas também em

[12] Uma matéria especial sobre a participação de aluno da instituição no programa "Caleidoscópio" da Rádio Cultura FM.
[13] Todos os vídeos estão assinados, com o crédito e a função de cada aluno no seu processo de produção.
[14] Os *teasers* produzidos eram pequenas peças publicitárias que tinham como temática os programas musicais e culturais transmitidos ao vivo pela Rádio Cultura FM durante a Feira do Livro.
[15] As matérias produzidas tinham como objeto a Feira do Livro como um todo, abordando de maneira experimental e dinâmica as temáticas e eventos da feira.

formato audiovisual experimental, visando exercitar nos estudantes as possibilidades de criação a partir das possibilidades de imersão no universo cultural que foi a Feira.

Na estrutura do site, as reportagens eram veiculadas na página principal, com textos assinados. A aba "Cultura na Feira" (http://feiradolivro.pa.gov.br/culturanafeira) reuniu todas as reportagens realizadas pelos estudantes, como repórteres e fotógrafos, num espaço próprio e em destaque no site.

A Aba "vídeos", em destaque na página principal, possui o botão "mostrar vídeos" com as reportagens de TV e peças audiovisuais realizadas pelos estudantes. Nesta aba estão todos os *teasers* e matérias produzidas durante os dez dias de projeto.

As matérias (tanto audiovisuais quanto jornalísticas) tinham como objeto a Feira do Livro como um todo, abordando de maneira experimental e dinâmica as temáticas e programação do evento. Todos os vídeos estão assinados, com o crédito e a função de cada aluno em seu processo de produção. No quadro abaixo é possível visualizar o total produzidos pelos estudantes durante o projeto.

QUADRO 5 – MATERIAL VEICULADO NO SITE DA FEIRA DO LIVRO

NO TOTAL FORAM 33 REPORTAGENS EM WEBJORNALISMO **Link:** http://feiradolivro.pa.gov.br/ Com foto e assinadas pelos alunos da Estácio FAP. Assinaturas diferentes para o repórter e o fotógrafo. **ABA "Cultura na Feira – Cobertura Experimental"** **Link**: http://feiradolivro.pa.gov.br/culturanafeira
TOTAL DE VÍDEOS VEICULADOS: 11 VÍDEOS
TEASERS: 6 / **MATÉRIAS:** 5
TOTAL DE VISUALIZAÇÕES (HOTSITE DA FEIRA): 985
TOTAL GERAL DE VISUALIZAÇÕES: 1402
(HOTSITE FEIRA) 985 + 417 (PORTAL CULTURA)
Lista de links dos vídeos: http://www.youtube.com/watch?v=7yR-2tYv0TQ http://www.youtube.com/watch?v=X-q_aFHTByE http://www.youtube.com/watch?v=pamlmIqHWCA http://www.youtube.com/watch?v=HkYkacbFfjo http://www.youtube.com/watch?v=h-b6WFu9QR4 http://www.youtube.com/watch?v=bGovzAMVdns http://www.youtube.com/watch?v=86Nv-UUnrHU http://www.youtube.com/watch?v=bZx4t6aFi6M http://www.youtube.com/watch?v=VA5Vywv2guE http://www.youtube.com/watch?v=F5J7bpvS2Z4 http://www.youtube.com/watch?v=uxI2jN3pfh8

Elaborado pelo autor, com base nos dados do projeto.

Resultados do processo: experimentalismo e experiência

A partir dos instrumentos de divulgação, seleção e veiculação dos conteúdos relativos à Feira do Livro e a programação dos veículos da Rede Cultura de Comunicação

(Rádio, TV e Portal Cultura), buscou-se construir e demonstrar as intersecções produtivas presentes nos campos da comunicação e da cultura. Além de circular um conteúdo público e experimental, os alunos conseguiram construir e consolidar um portfólio próprio, realizando a experiência de vivenciar uma cobertura de um grande evento em tempo real e em várias frentes diferentes de trabalho.

Ao final do processo ganharam certificados específicos de sua área de atuação[16], com 40h cada. Além da carta da FUNTELPA (e seus veículos Rádio, TV e Portal Cultura) agradecendo pela parceira e se prontificando a estabelecer novos projetos.

O projeto incentivou ainda o conhecimento cultural e social dos estudantes, pois eles imergiram na música e do universo da cultura paraense através da Rede Cultura (Rádio, TV e Portal) e do ambiente de criação e conhecimento que é uma Feira do Livro.

Eram publicitários escrevendo textos jornalísticos, jornalistas criando *teasers*, pessoas do Rádio fazendo TV, equipe correndo atrás de entrevistados, participando de coletivas de imprensa, acompanhando o público nos estúdios da Cultura, produzindo junto os programas. As fronteiras disciplinares foram quebradas, em prol da produção coletiva da comunicação e da circulação cultural.

Foram entrevistadas pessoas como Ziraldo, Toni Belotto, Toquinho, escritores paraenses como Alfredo Garcia (nosso professor na Comunicação, protagonista de uma de nossas matérias), Heliana Barriga, Daniel Leite etc. e músicos locais.

Um dos alunos no primeiro dia escreveu uma matéria sobre um quadro do programa de Rádio Caleidoscópio da Rádio Cultura FM (o quadro "Caçador de Pérolas") e no último dia apresentou este quadro ao vivo como convidado da emissora[17].

Nesse sentido, um projeto como este não é composto apenas por números, e sim pela convivência e o trabalho coletivo, num processo de aprendizado mútuo e transdisciplinar. Trata-se aqui, de problematizar a dimensão da circulação cultural, restabelecendo o papel da comunicação nessas dinâmicas, visando construir políticas de Estado para o campo cultural, que busquem desenvolver os processos (educacionais, comunicacionais, culturais) e não apenas os produtos (ou eventos), mas de estabelecer um modelo sustentável de estímulo e organização da cultura.

[16] A saber: Produção audiovisual, Produção de Rádio, Marketing Institucional, Produção em Webjornalismo.
[17] O quadro consistia em encontrar e indicar as “pérolas” (livros diferentes e de acordo com o gosto do convidado) no espaço da Feira.

Considerações Finais: reorganizando a relação entre Políticas Culturais e comunicação

Como demonstrado ao longo da pesquisa e da análise do projeto de extensão, o processo de estímulo à cultura pode ser realizado também através da construção de um circuito cultural em níveis micro-lógicos. Para tanto é necessário conhecimento técnico para produção de conteúdos e planejamento comunicativo consistente, além de pessoal capacitado para produzir e gerir o conteúdo.

Este projeto não envolveu financiamento em dinheiro, mas utilizou os recursos humanos da Faculdade e os monitores contratados pela Secretaria, além dos profissionais da FUNTELPA, envolvendo quatro veículos de comunicação (TV, Portal, Rádio e *hotsite* da Feira Pan Amazônica do Livro), funcionários e estudantes para a sua realização.

Ao abordar as visões de cultura e as diferentes formas de ação cultural, Isaura Botelho (2001) assinala as diferenças fundamentais entre as visões antropológicas e sociológicas de cultura. A autora aponta que o raio de alcance das políticas culturais se desenvolve de acordo com as relações que cada política ou ação cultural estabelece entre estas duas dimensões:

> A distinção entre as duas dimensões é fundamental, pois tem determinado o tipo de investimento governamental em vários países, alguns trabalhando com um conceito abrangente de cultura e outros delimitando o universo específico das artes como objeto de atuação. A abrangência dos termos de cada uma dessas definições estabelece os parâmetros que permitem a delimitação de estratégias de suas respectivas políticas culturais. (BOTELHO 2001, p. 74)

Nesse sentido, a dimensão antropológica da cultura estaria ligada muito mais à cultura que "se produz através da interação social dos indivíduos, que elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas" (*Id.*, *Ibid.*). A segunda dimensão é mais restrita, e não se estabelece no plano do cotidiano dos indivíduos, mas num plano especializado, que é

> uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através dos meios específicos de expressão. Para que essa intenção se realize, ela depende de um conjunto de fatores que propiciem, ao individuo, condições de desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus talentos, da mesma forma que depende dos canais que lhe permitam expressá-los. (Id., Ibid., p. 74)

Na dimensão sociológica, é no campo da circulação que a política cultural se encontra com a política de comunicação, num momento societário em que as articulações entre cultura e comunicação tornam-se necessárias e, mais do que isso, irreversíveis. Neste momento a comunicação pode ter papel público de relevância social, fazendo disseminar

estéticas e discursos, e estimulando os circuitos culturais e as representações que carregam todas as linguagens culturais, reafirmando o sentido comum da cultura.

Considerando também que a comunicação é um espaço de disputa por diferentes representações, a função política de um órgão de comunicação pública é abri-lo para o estímulo a esta circulação, reafirmando a necessidade democrática de reconhecimento dos diferentes, principalmente aquelas formas que não fazem parte dos circuitos culturais mercadológicos e dominantes, vinculando valores de vida e linguagens fora dos pressupostos estabelecidos pelo mercado.

Nesse sentido, a construção de uma política cultural de viés democrático deveria atuar fortalecendo os dois tipos de dimensão cultural, ou seja, fortalecendo os diferentes circuitos culturais, elaborando uma série de ações que visam articular as duas dimensões constitutivas da cultura, a diversidade cultural antropológica e o estímulo ao circuito sociológico, atenuando as distâncias entre criação, difusão e recepção de significados simbólicos, e buscando sempre o cotidiano dos cidadãos através da descentralização das ações culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBALHO, Alexandre. **Textos Nômades:** política cultura e mídia. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2008.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. In: **São Paulo em Perspectiva**. São Paulo: Editora Fundação SEADE, Vol: 15, Nº 2, abril/junho, 2001.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanços e perspectivas. In: RUBIM, A. BARBALHO, A. **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: Edufba, 2007.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas.** São Paulo: Iluminuras. 2008.

_____. Definiciones en transición. In: **Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas.** Daniel Mato. Buenos Aires: CLACSO. pp. 69-81, 2005

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. A contemporaneidade como idade mídia. In: **Revista Interface_ Comunicação, Saúde, Educação**. São Paulo: v.4 , n.7, p. 25-36, 2000.

_____. Políticas Culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSBAUMER(org). **Teorias e Políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. p.139-158.

ANEXO A – HOTSITE DA XVII FEIRA PAN AMAZÔNICA DO LIVRO

Link: http://feiradolivro.pa.gov.br/