

Produção Editorial e a exposição "Comunicação em História"

Publishing and the exhibition "Communication in History"

Marília de Araujo Barcellos

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil

Resumo: Este artigo aborda as ações realizadas para a exposição "Comunicação em História", caracterizada por desenvolver conceitos ligados à evolução dos meios de comunicação e a formas de edição. Realizada pelo Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, foi coordenada pelo curso de Comunicação Social – Produção Editorial e situada na Casa da Cultura do Município de Santa Maria durante a Feira do Livro, de 28/04 a 13/05/2012. A proposta surgiu no âmbito da disciplina de História da Comunicação, em decorrência de pesquisa histórica, de consulta a acervos e de parcerias. Desenvolveu-se como projeto de extensão, contabilizando, no processo de produção, 67 alunos, que atuaram nos três ambientes de exposição. O referencial teórico para a reflexão contou com abordagem interdisciplinar proveniente de Letras, História e Comunicação.

Palavras-chave: Letras. Comunicação. Exposição. Memória.

Abstract: This article aims to show the actions taken in the exhibition "Communication History", characterized by developing concepts related to evolution of media forms and editing. Conducted by the Department of Communication Sciences of UFSM, was coordinated by the Social Communication course - Editorial Production and located in the city House of Culture during the Book Fair in Santa Maria, 04/28 to 05/13/2012. The proposal came within the discipline of History of Communication due to historical research, collections and query the partnerships. It was developed as an extension project, accounting, production process, sixty-seven students who worked in the three environments of exposure. The theoretical framework for reflection featured interdisciplinary approach from the letters, history and communication.

Keywords: Letters. Communication. Exhibition. Memory.

Palavras iniciais

Museu é a palavra de ordem deste periódico científico. Museu como lugar que reúne sensibilidades, que registra na história da humanidade os eventos, os acontecimentos, as sensibilidades que montam, constroem, desconstroem e reconstroem o inconsciente coletivo e povoam imaginários. “Não há memória que se efetive sem o recurso às imagens mentais”, diz a historiadora Sandra Pesavento (2007), ao se referir à relação, à percepção e às imagens organizadas ao longo de nossas vivências, arquitetando um museu imaginário. Apropriamos essa percepção e a ampliamos para a memória afetiva de objetos da história pessoal do indivíduo registrada durante a exposição “Comunicação em História”, evento realizado pelo Departamento de Ciências da Comunicação, coordenado pelo Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) em 2012, na Praça Saldanha Marinho, em Santa Maria, e parte integrante da programação paralela da feira de livros da cidade. Contando com peças dos meios de comunicação, de ilustrações da história editorial e de montagens em audiovisual para acessibilidade, a exposição foi montada e preparada para que tanto os universitários quanto o público participante pudessem se sentir, a partir da instauração de exposição memorialística, sujeitos da história.

Quase como a Biblioteca de Babel de Jorge Luis Borges, espaço que compreendia “todos os livros” (BORGES, 1983, p. 75), um amontoado de livros, textos e obras se sobrepõem ao longo do tempo para formar a memória da humanidade. E que museu é esse? Que acervo constitui o museu das publicações e da produção editorial? Pode-se dizer que a produção editorial reúne esse acervo em meio impresso e, mais recentemente, no digital. As histórias seguem reunidas, mas em formatos diferentes, uma vez que modalidades de escrita, produção editorial e leitura se deparam com o estranhamento, a identidade e a austeridade diante desse movimento de tendências e materialidades, criadas em especial pela tecnologia. As narrativas se imbricam em modalidades diversas de expressão, na escrita, em imagens, em audiovisual. A interatividade e a convergência apontam para um resguardo das obras em multimídia e hipermidiáticas. Um imenso museu em espaço público e em rede permeia o cotidiano. Roger Chartier, em *A ordem dos livros* (1994), fala sobre a passagem do livro no formato códex para o texto eletrônico, a tela. Ao apresentarmos a história da comunicação, a evolução da escrita e da leitura, devemos ter presentes “os modos de organização, de estruturação, de consulta ao

suporte do escrito que se modificaram” (p. 98). Montar um espaço que instigue e exercite a leitura, o modo impresso, as formas de comunicação, do fogo ao computador, de inserções audiovisuais, tornou-se um procedimento metodológico de ensino-aprendizagem para a disciplina História da Comunicação envolvendo outras tantas disciplinas dos cursos do departamento e os corpos docente e discente numa atividade de extensão com o intuito de aproximar academia e comunidade externa. “Os autores não escrevem livros, eles escrevem textos que se tornam objetos escritos, manuscritos, gravados, impressos e, hoje, informatizados”. Tal premissa de Chartier afirma a relevância das formas materiais nas quais o texto está inserido como elemento influenciador da leitura. As “formas materiais que o texto suporta [...] contribuem para modelar as expectativas do leitor [aqui há uma crítica à estética da recepção], além de convidar à participação de outros públicos e incitar novos usos” (CHARTIER, 1994, p. 18). Foi justamente o suporte, os desafios da materialidade da publicação, que fez com que a exposição “Comunicação em História” tivesse seu lugar na Feira do Livro de Santa Maria: a inserção do evento em outro evento caracterizou-se como metapresença, como integrante da cadeia produtiva do livro, uma inserção para além da comercialização realizada nos estandes distribuídos pela praça, que envolveu fontes históricas sobre os livros e os meios de comunicação.

Longe de ter como objetivo, mas inspirado em espaço que pudesse suscitar as obras relevantes na história editorial, imbricadas e adequadas ao motivo do evento – uma feira de livros –, o primeiro ambiente da exposição trouxe reproduções de obras e imagens da secular revista *Rainha* e da *Bíblia* de Gutenberg e exemplares da revista *O Cruzeiro*, entre outros paradigmas voltados à escrita, livros e leitura.

Daí a relevância de criar um espaço físico para dar oportunidade a sensibilidades: a exposição como capacidade mobilizadora, tendo em vista a dificuldade de mensurar as sensibilidades; uma ocasião para reler o passado e atuar no presente, de corpo e alma; o conjunto das peças possibilitando a reflexão, mas, mais do que isso, o aguçamento do intangível, da memória dos sentidos, de bens simbólicos carregados, embalados na materialidade. Conforme aponta Sandra Pesavento (2007), “recuperar sensibilidades não é sentir da mesma forma, é tentar explicar como poderia ter sido a experiência sensível de um outro tempo pelos rastros que deixou”. Aqui, ao inverso do que suscita a historiadora, não é a história que busca nos acervos um rumo para sua pesquisa; são as fontes históri-

cas que, ao serem organizadas e exibidas em uma exposição, suscitam no sujeito a própria memória. Remontam o hoje a partir das sensibilidades do passado. No livro de visitas da exposição “Comunicação em História”, o registro da espectadora evidencia: “Fui transportada ao passado. Com medo de congelar e ficar para sempre entre objetos tão significativos, fugi! Pela beleza e pela saudade, lembranças memoráveis me assaltaram. Fui novamente menina!” (LIVRO DE VISITAS, 2012, p. 5).

Mas então o que é um museu? Pode ser uma reunião de escritos; na poesia, João Cabral de Melo Neto abre as páginas e planta no livro o território museológico do poema. Proclama, em dedicatória a seu editor José Olympio, em “O que se diz ao editor a propósito de poemas”:

Eis mais um livro (fio que o último)
de um incurável pernambucano;
Se programam ainda publicá-lo,
Digam-me, que com pouco o embalsamo.

E preciso logo embalsamá-lo:
Enquanto ele me conviva, vivo,
Está sujeito a cortes, enxertos:
terminará amputado do fígado.

(MELO NETO, 1998, p. 217).

O livro é o museu da palavra, museu de tudo, de todos. A publicação é a alma e o corpo da literatura, da memória e do registro. Essa materialidade permanece em novos suportes. Diante da transformação em movimento concomitante, e não paralelo, o texto/original está sujeito aos mesmos cortes e, como disse o autor, “amputações”, e ao convívio com o autor, também este em mudança. O poeta termina por reconhecer que na edição o texto poderá receber um novo formato, uma nova leitura, já não será mais o livro-umbigo, mas parte de tempo, da memória, mumificando-se.

Terminará ganhando outro pâncreas;
Se o pulmão não pode outro estilo
(esta dicção de tosse e gagueira),
Me esgota, vivo em mim, livro-umbigo [...]

Um poema é sempre, como um câncer:

Que química, cobalto, indivíduo

Parou os pés desse potro solto?

Só o mumificá-lo, pô-lo em livro.

(MELO NETO, 1998, p. 217).

O *Museu de tudo e depois*, poesias completas, reúne cinco livros de João Cabral de Melo Neto; esse poema faz parte de *A escola das facas*, de 1980. Neste caso, museu é entendido não como aquele que expõe, mas como espaço que conserva aquele que guarda a arte de saber fazer, dos saberes; acervo de saberes, de obras, de almas poéticas e não poéticas, artísticas ou não.

Outra modalidade de museu, pode-se dizer editorial, é aquela que guarda a memória de escritos, criações, documentos que servem de fonte para pesquisadores da área editorial. Um paradigma disso é o Institut Mémoires de L'Édition Contemporaine (Imec), com sede na França, que surgiu para atender à iniciativa dos editores e concentrar materiais atinentes à área. Ali encontramos catálogos, originais e autores, contratos, o acervo de Roland Barthes, toda sorte de documentos que envolvem a relação entre os agentes da cadeia do livro. O Brasil carece de iniciativas como essa, embora tenha pesquisadores instaurados em grupos de eventos como o de Produção Editorial, na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares (Intercom), em centros e núcleos de estudos como o Núcleo de Estudos do Livro e da Edição (Nele), na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), e o Livro e História Editorial (Lihed), na Universidade Federal Fluminense (UFF). Em *A questão dos livros*, Robert Darnton chama a atenção para a relevância desse que é um tema multidisciplinar e apto a novas visadas de estudiosos:

Qualquer que seja o futuro da história do livro, seu passado demonstra como uma área do conhecimento pode assumir uma identidade acadêmica distinta. Ela surgiu da convergência de diversas disciplinas, num conjunto de problemas comuns, todos relacionados ao processo de comunicação. [...] Resolveram constituir sua própria área, convidando historiadores, estudiosos de literatura, sociólogos, bibliotecários e todos que desejassem entender o livro como força histórica. (DARNTON, 2010, p. 190).

*Produção
Editorial e a
exposição
“Comunicação
em História”*

157

O Acervo Literário Erico Verissimo (Alev), instalado em 2009, no Rio de Janeiro, no Instituto Moreira Salles, proveniente do Rio Grande do Sul, configura-se como espaço de pesquisa e acervo de documentos editoriais que envolveram esse autor e a Livraria do Globo, de Porto Alegre. Outros centros têm estimulado – muito timidamente, é verdade – o acesso a fontes e pesquisa na área.

Marília de
Araujo
Barcellos

158

Exposição “Comunicação em História” e as reminiscências de um campo

Na Comunicação, o estudo da Produção Editorial transcorre em um panorama que agrega editoras em multiplicidade de portes editoriais; caracteriza-se igualmente por inovações tecnológicas e se distingue por investimentos voltados para uma política de resultados. No entanto, é justamente a partir da constatação dos movimentos rumo a informações e dados para o futuro do livro e do campo editorial que surge a necessidade de resgatar essa história. E é em pequenos movimentos, como feiras de livros, instaurados em cidades menores e mobilizadores de uma comunidade, que se apresentam particularidades de um cenário maior. Diante disso, a exposição “Comunicação em História” consiste no conjunto de elementos parte de um sistema editorial apresentado a partir da evolução dos meios de comunicação. Conforme aponta Pierre Bourdieu, no campo interagem autores, editores, críticos, acadêmicos, obras, editoras, livrarias, público consumidor, leitores, imprensa, o produto livro e outros. O campo editorial atual se caracteriza como um jogo no qual as possibilidades de risco no investimento são imensas. A tiragem inicial de uma publicação não é definidora do andamento das vendas de uma editora. Não foi diferente no período em que autores santa-marienses tiveram seus títulos publicados. Ora, os originais foram pagos pelos autores, outrora compondo o catálogo de editoras maiores, fora da cidade, ou mesmo subvencionados em coletâneas produzidas pelo serviço público. No Rio Grande do Sul, segundo Laurence Hallewell (1985, p. 245), “até as primeiras décadas do século XX, a principal atividade de algumas editoras foi a publicação ilegal de autores fora do estado sulino”, situação essa característica da passagem do século XIX, em que as poucas tipografias investiam em autores não instalados na Região Sul.

A seguir está o relato da vivência dos alunos do curso de Comunicação Social na Feira do Livro e na instituição, como experiência interdisciplinar e como sujeitos da própria história. Nesse sentido, a realização de

uma proposta que aproximasse academia e sociedade foi elaborada como projeto de extensão. Esse trabalho consistiu em uma série de ações realizadas na Feira do Livro de Santa Maria, a partir da iniciativa do corpo docente de diferentes departamentos da UFSM, incluindo as disciplinas dos cursos de Jornalismo, Produção Editorial, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Tais ações multidisciplinares compreendem exposição, palestra, autógrafos, pesquisa de opinião, publicação digital e demais ações.

A Feira do Livro de Santa Maria está no calendário da cidade. Evento existente desde a década de 70, trouxe como *slogan* “Que sentidos a leitura te desperta?”¹. Presente no imaginário da população de Santa Maria e seu entorno, como símbolo de cultura e educação, o momento favorece ações de extensão que reúnam acadêmicos e sociedade. A bem da verdade, a feira é muito mais que um evento, porquanto é parte integrante da cadeia produtiva do livro e, por assim dizer, da publicação. Constitui-se em espaço de circulação de obras, de autores e de público/consumidor desse produto caracterizado como capital de bem simbólico, bem como de capital financeiro. Diante disso, a proposta tem abrangência social, ampliando a atuação acadêmica, desenvolvendo competências e habilidades pertinentes ao ensino e à pesquisa, e, igualmente, insere os alunos em atividades criativas, desafiadoras e agregadoras, complementares à sala de aula, realizadas em ambiente propício à experiência empírica no mercado de comunicação.

As ações foram realizadas como atividades paralelas da feira, utilizando o espaço no entorno da Praça Saldanha Marinho (Casa de Cultura, Auditório da antiga Sociedade União dos Caixeiros Viajantes [SUCV], Bar Botequim) e a própria praça. Vale registrar, ademais, que as parcerias que possibilitaram que o evento saísse a contento ocorreram com as seguintes instituições: Associação de Cegos e Deficientes Visuais de Santa Maria (ACDV), Museu de Arte de Santa Maria, Museu Vicente Palotti e Secretaria de Cultura do Município de Santa Maria. O evento contou também com o envolvimento da comissão de organização da Feira do Livro, no sentido de aprimorar o trabalho, com empréstimo de peças, orientação de montagem e desmontagem da exposição e inserção da exposição na própria programação da feira.

1 “Um *slogan* deve ser curto (no máximo seis palavras, sem contar os monossílabos), inovador, fácil de memorizar e capaz de sensibilizar o público. No caso de uma feira de livros, deve incitar a comunidade a visitá-la. Precisa dizer algo importante sobre o ato da leitura ou o próprio evento” (ZANCHETTA, 2010, n.p.).

Os principais objetivos alcançados foram: proporcionar à sociedade acesso a áreas da comunicação; integrar os estudantes à comunidade; facultar o conhecimento *in loco* de publicações; possibilitar aos estudantes conhecer e perceber elementos da cadeia produtiva do livro, bem como estimular valores locais por meio da memória/história. Teve-se em vista, ainda, a identificação com a sociedade, por meio das experiências pessoais, uma vez que parte dos objetos ali expostos fez parte da infância de muitos que passaram pela exposição na feira. Aliás, durante a exposição, público escolar e visitantes da feira encontraram-se na “Comunicação em História”. Ali, diante das peças expostas, parte do público revelou suas memórias. Os depoimentos apresentam a sintonia entre o tempo, a comunicação, o sujeito que produz e o saber de pertencer e estar fazendo a história, de modo a abordar o conhecimento em sua complexidade. Conforme ensina Edgar Morin (2005, n.p.), devemos contextualizar um acontecimento particular no conjunto global a que ele pertence, uma vez que “o ensino de uma disciplina isolada atrofia a atitude natural da mente, a de contextualizar os conhecimentos”.

A partir disso, o foco foi direcionado para a realização do projeto, de maneira a integrar os saberes e apreender o contexto no qual a Produção Editorial local corresponderia ao global. Iniciou-se a produção do evento. A metodologia empregada esteve distribuída em três momentos: pré-produção, produção e pós-produção das ações nas feiras de 2012 e 2013. Em todos os períodos, a participação dos bolsistas foi acompanhar as tarefas a serem executadas.

Na pré-produção, foi estabelecido um grupo de trabalho, tanto do corpo docente quanto do discente, para planejar as conversações de ações na Feira e dar início a elas. A partir daí, em conjunto com os alunos interessados em participar, traçaram-se propostas nas disciplinas do departamento, que foram repassadas para a comissão de organização da feira e para os coordenadores dos cursos, a fim de avaliá-las. Determinaram-se os espaços a serem utilizados, de acordo com a comissão da Feira do Livro. Planejaram-se as ações com os corpos docente e discente da Agência Facos envolvidos no projeto. Estabeleceram-se grupos e tarefas, segundo o cronograma e os prazos para a realização do projeto.

Na produção, durante a Feira do Livro de Santa Maria, compartilharam-se ações, comparecendo ao local, divulgando, participando ativamente das programações propostas.

Já a pós-produção consistiu de levantamento e análise das ações propostas, inclusive com o registro dos relatos coletados na pesquisa de opinião em livro digital e a análise do trabalho para a continuidade do projeto e a participação do evento na feira de 2013. Compuseram-se relatórios a propósito de peças, empréstimos de peças, certificados de Atividade Complementar de Graduação (ACG).

Somaram-se três as atividades realizadas: exposição, vídeos e palestra. A primeira, intitulada “Comunicação em História”, reuniu peças, ilustrações e fotos sobre os meios de comunicação e envolveu a disciplina História da Comunicação. A segunda se constituiu em exibição de vídeos sobre a Feira do Livro de Santa Maria produzidos na disciplina Produção Editorial em Mídia Audiovisual, acrescentados de sessões do filme *Cazuza, o tempo não para*, com audiodescrição destinada a cegos e deficientes visuais. A terceira atividade foi a realização da palestra do profissional convidado José Muniz, que falou sobre A Formação de Editores na Universidade, que consistiu em atividade na disciplina Produção Editorial em Hiperfídia, no *blog PE na Feira*, disponível em <<http://penafeira.blogspot.com.br/>>. A palestra também fez parte do conteúdo da disciplina Redação para Produtores Editoriais.

Outras três atividades, embora não inseridas no projeto como produção, contribuíram para a presença da Facos na Feira, tendo sido desenvolvidas nas disciplinas Gestão de Eventos, no caso do lançamento dos livros, e Pesquisa de Opinião Pública, com visitantes da Feira do Livro e lançamento de *e-book*.

A temática abordada possibilitou a interação entre academia e sociedade, uma vez que o tema resgata a memória dos meios de comunicação. Assim, a campanha publicitária criada contou com o trabalho de bolsistas alocados na Agência Facos, do curso de Publicidade e Propaganda.

Da mesma forma, o curso de Jornalismo contribuiu na elaboração de *releases* sobre a exposição e a palestra, a serem usados na divulgação junto aos veículos de comunicação, em especial na Coordenadoria de Comunicação da universidade.

Para que se pudesse acompanhar o andamento da exposição e classificar as peças, foram consultadas bibliografias voltadas para a História da Comunicação, em especial aquelas com referencial teórico, como a de Roger Chartier, *A aventura do livro: do leitor ao navegador* (1999); a de Giovani Giovannini, *Evolução na comunicação: do sílex ao silício* (1987); e *O livro de ouro da comunicação*, de Silvana Gontijo (2001). Essas obras abordam a história dos meios da comunicação ao longo do tempo, o modo com que esses meios

entraram em nossas vidas e suas evoluções tanto estéticas quanto de desenvolvimento tecnológico. Apontam, inclusive, a evolução dessas mídias para o futuro e sua importância na evolução da espécie humana.

Um pouco sobre a organização e produção da exposição

O trabalho se iniciou com a divisão de tarefas entre grupos de alunos interessados em participar. Em seguida, os nove grupos da disciplina História da Comunicação iniciaram a pesquisa sobre a evolução dos meios de comunicação. *A posteriori*, foram convidados alunos e professores de outras disciplinas, que trabalharam com o tema a partir dos conteúdos de História e do diálogo direto entre os professores do curso.

O material foi preparado obedecendo à distribuição do espaço na Casa de Cultura de Santa Maria. A exposição ocupou três ambientes, assim distribuídos:

Primeiro ambiente: entrada – exposição dos quadros com as ilustrações e fotos com peças do acervo do Museu Vicente Pallotti. As ilustrações selecionadas reuniam imagens pertencentes ao universo que pôde ser consultado. As fotos reportavam objetos reais preservados no Museu Vicente Pallotti e foram registradas pelo grupo de alunos e devidamente expostas no evento. Na figura 1, está a revista *Rainha* (antigo periódico cristão publicado no Brasil e ainda em circulação).



Figura 1 – Revista *Rainha*, exemplar número 1, ano 1923

O fato de encontrar em acervo tão próximo à universidade o primeiro exemplar da revista, editada pela Sociedade Vicente Pallotti, iluminou as possibilidades de realizar um resgate dos valores locais pouco pesquisados. Foi então que os alunos, ao visitar o acervo, tiveram a oportunidade de conhecer peças históricas como a “impressora manual tipográfica da Gráfica Pallotti, de origem alemã, sé-

culo XIX, adquirida em 1923, utilizada até 1934 com a finalidade de imprimir a revista *Rainha*. A impressora foi doada para o museu em 1995”, segundo a etiqueta de identificação da máquina. Havia ainda outras raridades da comunicação, como um aparelho de telex, rádios-telefones antigos. Para a responsável pelo museu, Danieli Sanches, o relevante é contribuir para que mais pessoas tenham acesso à história, por meio do acervo Pallotti. Além disso, trata-se de uma empresa bastante atuante na cadeia produtiva do livro no Rio Grande do Sul, por sua atividade gráfica.

À entrada da exposição², além dos quadros com as ilustrações e as fotografias, havia um expositor dedicado a periódicos, como a revista *O Cruzeiro*, o jornal *O Pasquim* (Acervo do Gabinete de Leitura – Facos) e, reunidos a eles, tipos móveis de madeira e de metal, além de peças relacionadas a áudio e vídeo, de maneira a indicar ao visitante o que iria encontrar no ambiente seguinte.

Segundo ambiente: a segunda sala da exposição era dedicada à Comunicação em História e acolheu peças do acervo da Facos e do acervo pessoal dos alunos³. Nesse ambiente, a linha do tempo dos meios foi apresentada de forma não linear, otimizando os espaços de circulação e a segurança do patrimônio. Compuseram o acervo da mostra: telefone com discagem Ericsson; monitor Akai; telefone de parede a manivela Ericsson baquelite, modelo Dan 1002; televisão Philco Hitachi, modelo PC 1613; computador LG, modelo Spectrum; TV câmera color Panasonic, modelo F2-1600^a; ampliador de foto Gama; episcópio Ind. Equipamentos Cinematográficos AS modelo E-19; ampliador de imagem Lucky, modelo Enlarges 90M-S; maquete com arte rupestre; gravador de fita Sony, modelo MR-212; ilha de gravação Sony; foto compositora, modelo Fototipo; gravador de fita VHS, modelo vr9500; máquina de escrever Remington; gravador de fita portátil Matsushita Electric Brasileira, modelo rq3115; matriz de jornal; rolo de filme; câmera fotográfica Polaroid; TV câmera color com tripé, modelo f2-20bn110 Panasonic; câmera fotográfica Royal-Box; rádio Florida, entre outros objetos relacionados ao tema. No ambiente, objetos antigos, como o telefone à manivela e o analógico, atraíram a atenção do público escolar.

2 A Expográfica foi elaborada de forma colaborativa entre os alunos e os docentes do curso.

3 Para a infraestrutura, foram estabelecidas parcerias com o Museu de Arte de Santa Maria, com a Câmara de Vereadores e a Prefeitura do município, além de contar com o apoio da Editora da UFSM no empréstimo de parte do mobiliário.

Nos 13 dias da exposição, transitaram pelo ambiente mais de 650 pessoas, entre escolares, personalidades e público em geral. Os estudantes de Comunicação se revezavam nos turnos da tarde e da noite para atender aos visitantes, levando-lhes informações durante as visitas guiadas pelo ambiente. Coube aos docentes da Facos colocarem-se à disposição da coordenação das ações para orientar e acompanhar os discentes, combinando os melhores horários para o atendimento.

Último ambiente: sala de vivência e multimídia, assim denominada por consistir em ambiente para a exibição dos vídeos produzidos pelos alunos sobre os meios de comunicação e para a experiência com o filme *Cazuza*, em audiodescrição para deficientes visuais, além da disponibilidade do exemplar da obra *Poesia sentida*, de Flavio Brasil (2009), em braille, para o leitor manusear. A atividade de vivência foi inaugurada com duas sessões, às 14 horas do dia 28 de abril para autoridades e convidados: Reitoria, Departamento, Comissão da Feira e Secretaria da Cultura; e às 18 horas, para a Associação de Cegos e Deficientes Visuais. As seções eram contínuas, conforme a demanda do público visitante: cerca de 15 minutos de exibição de três vídeos, mais uma amostragem do filme *Evolução dos suportes de leitura*.

Apresentado no *blog PE na Feira* como “O vídeo que mostra a linha do tempo com a evolução dos suportes de leitura, desde a época das cavernas até o formato digital, disponível hoje no mercado”, o audiovisual de três minutos produzido pela turma do 4º semestre de Produção Editorial desenvolve a passagem dos suportes desde a arte rupestre, escrita em pedra, no barro, papiro, pergaminho e papel até a era digital, com os *tablets*.

Da mesma maneira, outro grupo de audiovisual preparou os bastidores da feira: o transeunte como usuário dos meios de comunicação em tempos antigos (gravação em preto e branco, com trilha sonora mais lenta) e atualmente (marcação na trilha para o colorido da cena).

Alunos do primeiro semestre arriscaram produzir um audiovisual com a trajetória da história da comunicação. Deu certo, ficou o registro da importância da leitura e dos suportes ao longo do tempo. A todos os alunos participantes das ações foram ministrados encontros de capacitação sobre como conduzir-se tanto em relação a procedimentos técnicos como de conteúdo.

Segundo Sofia Vieira (2002, p. 83), “para tornar as aprendizagens significativas, é preciso que o professor crie situações que articulem os vários conceitos de uma disciplina com os conhecimentos prévios

dos alunos”. Ora, na Feira do Livro, a produção do evento pelos alunos – seleção das peças, na identificação, na catalogação, na limpeza, na montagem do espaço, na recepção, na orientação aos visitantes (fotos, ilustrações, objetos, vídeos, registro de *blog*), no encerramento e na desmontagem da exposição “Comunicação em História” – permitiu esse elo da teoria com o empírico.

O disciplinar

A *Carta da transdisciplinaridade*⁴ traz uma série de artigos em que se pode apoiar quando esse é o tema. De acordo com o Art. 3º da carta, a transdisciplinaridade se constitui como “complementar à abordagem disciplinar; ela faz emergir novos dados a partir da confrontação das disciplinas que os articulam entre si” (FREITAS; MORIN; NICOLESCU, 1994).

Diante disso, a busca de transdisciplinaridade com o envolvimento do corpo docente da Facos induz à criação de ações que possam, em um primeiro momento, abarcar a multi e interdisciplinaridade em cursos afins, como é o caso da Facos, porém ampliando as relações disciplinares entre o corpo docente do curso de Produção Editorial. O fato de ser um curso recente na UFSM e de reunir em seu corpo docente, na sua maioria, de professores recém-concursados exige um esforço maior em relação a diversas questões, desde a grade curricular, a elaboração das disciplinas, a adaptação à instituição em todas as suas instâncias até a adaptação de afinidades intelectuais e de produção, sem contar demandas pessoais, considerando que a grande parte provém de outras cidades, levando a uma adaptação cultural. Por outro lado, há que se considerar que é justamente essa pluralidade que vai permitir a reflexão, que levará a novas posturas, a atuar elaborando projetos e propostas inovadoras, situação essa também encontrada no corpo discente do curso, uma vez que Santa Maria é cidade polo e caracteriza-se por ser universitária, agregando estudantes das regiões circunvizinhas.

A participação do corpo discente na exposição “Comunicação em História” e, por conseguinte, na Feira do Livro abriu novas perspectivas para o acadêmico. Por meio das diversas tarefas e do compartilhamento das atividades com os demais colegas de curso, ele passou

⁴ A *Carta da transdisciplinaridade* foi produzida no I Congresso Mundial de Transdisciplinaridade, em 1994, realizado em Arrábida, Portugal, com colaboração do Ciset e apoio da Unesco.

a usufruir da possibilidade de exercer junto à comunidade uma função para além daquela que imaginava ter apenas em sala de aula. Isso coincide com uma formação próxima a preceitos transdisciplinares, conforme reza o Art. 5º da *Carta da transdisciplinaridade*: “a visão transdisciplinar é completamente aberta, pois ela ultrapassa o domínio das Ciências Exatas pelo seu diálogo e sua reconciliação, não somente com as Ciências Humanas mas também com a arte, a literatura, a poesia e a experiência interior” (FREITAS; MORIN; NICOLESCU, 1994).

Com participação maior ou com menos interferência, pode-se aferir que, ao todo, a proposta reuniu cinco professores de Produção Editorial, dois professores de Relações Públicas, dois de Jornalismo, dois de Publicidade e Propaganda, quatro colaboradores da graduação e mais três professores e dois alunos da pós-graduação. A proposta constituiu-se em ações multi, inter e transdisciplinares. Multidisciplinar porque envolveu mais de uma disciplina na participação da feira, como é o caso de Gestão de Eventos, e lançamento dos livros. Interdisciplinar, ao incorporar disciplinas dos demais cursos, como Pesquisa de Opinião. E transdisciplinar ao incorporar as disciplinas envolvidas na realização da exposição, como a de Produção Editorial em Mídia Audiovisual, à exposição “Comunicação em História”, agregando o conteúdo de História da Comunicação ao da disciplina em questão. Sendo assim, o projeto se apresentou como multirreferencial e multidimensional, uma vez que “leva em consideração, simultaneamente, as concepções do tempo e da história”, conforme se encontra expresso no Art. 6º da *Carta de transdisciplinaridade*.

A contribuição docente deu-se por supervisão dos alunos na escala de horários da exposição e na produção de produtos avaliativos nas disciplinas. Perfizeram-se três disciplinas, produzindo conteúdo e produto para a proposta: História da Comunicação, Produção Editorial em Hipermídia e Produção Editorial em Mídia Audiovisual. Além dessas, mais duas: Gestão de Eventos e Pesquisa de Opinião, com atividades agregadoras, embora individuais, em relação à exposição. Ainda, em Laboratório Experimental de Periódicos Científicos, a palestra foi otimizada com entrevista para a revista a ser publicada. A Agência Facos destinou dois alunos para produzir a campanha das ações, e o Jornalismo, dois alunos para elaboração dos *releases*. A Feira do Livro foi o tema transdisciplinar, e as ações, a interdisciplinaridade (Quadro 1).

Curso	Ação
Publicidade e Propaganda	Campanha publicitária
Jornalismo	Assessoria de imprensa/ <i>release</i>
Relações Públicas	Pesquisa de opinião
Produção Editorial	Edição de livro
Relações Públicas	Café Intercom e lançamento de livro
Produção Editorial	Entrevista para revista científica

Quadro 1 - Cursos e os produtos relacionados ao projeto

Os discentes das disciplinas relacionadas no quadro 1 realizaram ações na feira, mas nem todas estavam ligadas diretamente ao projeto “Comunicação em História”, como é o caso do Café Intercom. Por outro lado, a entrevista realizada para a disciplina Laboratório Experimental de Periódico Científico só ocorreu a partir do interesse em registrar a palestra de José Muniz. Além disso, a pesquisa de opinião foi uma sugestão a partir do projeto; é disciplina de núcleo comum, ofertada em Relações Públicas para os alunos de Produção Editorial. No quadro 2, relacionamos as ações realizadas, os cursos e os alunos nela envolvidos.

(Continua)

Número de participantes	Curso	Ação	Disciplina
7	RP	Exposição	História Comunicação
26	PE	Exposição	História Comunicação
20	JO	Exposição	História Comunicação
15	PE	Audiovisual Exposição	Produção Editorial em Mídia Audiovisual/ História da Comunicação
2	PE	Acessibilidade: ações para deficiente visuais	História Comunicação
2	JO	Release/Ass. Imprensa	Curso

*Produção
Editorial e a
exposição
“Comunicação
em História”*

167

(Conclusão)

Número de participantes	Curso	Ação	Disciplina
2	PP	Campanha publicitária	Agência Facos
5	PE	Mídia social	Produção Editorial em Hipermissão
Total: 79 alunos			
Ações agregadoras			
	Turma PE	Palestra: Entrevista para revista	Laboratório Experimental Revista científica
	Turma PE	Pesquisa com consumidores	Pesquisa de opinião
	Turma RP Produção PE	Gestão de eventos	Café Intercom Lançamento de livros
	Autores pós-graduação Produção PE	<i>E-book</i>	Lançamento de <i>e-book</i>

Quadro 2 - Alunos dos cursos e ações realizadas

Como pode ser constatado, este estudo tentou retratar as ações realizadas na Feira do Livro de Santa Maria a partir do projeto de extensão. Foi uma vivência especialmente agradável, embora trabalhosa, considerando a quantidade de tarefas e o tempo em que teve de ser elaborada e executada. Contudo, foi das mais produtivas, tanto em relação ao ensino-aprendizagem quanto à visibilidade e à posição do curso de Produção Editorial, bem como de todos os demais pertencentes à Facos. O próximo passo será reunir em uma publicação o registro dessas ações, para que se possa ampliar e divulgar os saberes nelas contidos.

Considerações finais

As ações na Feira do Livro de Santa Maria envolveram os alunos de todos os cursos do Departamento de Ciências da Comunicação, bem como reataram laços antigos entre a UFSM e a Comissão de Organização do

evento, entendidos como sociedade. As atividades desenvolvidas receberam público além do esperado e registraram a identificação do usuário da feira e sua relação com o fazer memorialístico. O preparo da exposição foi um primeiro momento para uma segunda exposição, a convite do Centro de Ciências Humanas e Sociais da UFSM, para ocupar o espaço multidisciplinar da 2ª Mostra Integrada de Profissões, Tecnologias, Cultura e Serviços da UFSM (Profitecs), realizada de 24 a 26 de maio de 2012 no Centro de Eventos da universidade.

Os indicadores de avaliação utilizados foram: o registro de visitantes do Livro de Visitas (1.359 visitantes, distribuídos da seguinte maneira: 645 visitantes na Feira do Livro e 741 na Profitecs), o desdobramento da exposição em outra versão e o convite para permanecer na feira em 2013, além dos depoimentos do público, a reverberação na mídia, os produtos resultantes das disciplinas: exposição, *blog*, vídeos, pesquisa e proposta multidisciplinar com a participação de docentes e discentes do departamento.

Quanto à visibilidade interna e externa ao meio acadêmico, as ações foram divulgadas na mídia, a presença marcou espaço de discussão e parceria com a Comissão de Organização da feira para futuros projetos, fortalecendo elos e permitindo a confiança para novas relações de produção na cadeia do livro. A presença de Produção Editorial na Feira do Livro de 2012 permitiu visibilidade à Reitoria da UFSM, ao Centro de Ciências Humanas e Sociais, à população visitante da exposição e aos demais participantes da feira.

Referências

BORGES, Jorge Luis. **Le jardin aux sentiers qui se bifurquent**. Paris: Galimard, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

_____. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador**. São Paulo: Ed. da Unesp, 1999.

_____. **A ordem dos livros**. Brasília: Ed. da UnB, 1994.

DARNTON, Robert. **A questão dos livros: passado, presente e futuro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FREITAS, Lima de; MORIN, Edgar; NICOLESCU, Basarab. **Carta da transdisciplinaridade**. In: PRIMEIRO CONGRESSO MUNDIAL DE TRANSDISCIPLINARIDADE, Convento da Arrábida, Portugal, 1994. Disponível em: <<http://basarab.nicolescu.perso.sfr.fr/ciret/po/chartepor.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

GIOVANNINI, Giovani. **Evolução na comunicação: do sílex ao silício**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: T. A. Queiroz/USP, 1985.

L'INSTITUT MÉMOIRES DE L'ÉDITION CONTEMPORAINE. IMEC. Disponível em: <http://www.imec-archives.com/activites_editions.php>. Acesso em: 13 jan. 2013.

LIVRO DE VISITAS. **Exposição "Comunicação em História"**. Feira do Livro de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

MELO NETO, João Cabral de. **Museu de tudo e depois**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.

MORIN, Edgar. **Educação na era planetária**. In: Segundo ciclo do Fórum Universo do Conhecimento: Planeta Terra: um olhar transdisciplinar. São Paulo: Universidade de São Marcos, 2005. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=kzHjJd3cJcG>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

PERUZZOLO, Adair Caetano. **A comunicação como encontro**. Bauru: Edusc, 2006.

PESAVENTO, Sandra. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 53, jan./jun. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01882007000100002&script=sci_arttext>. Acesso em: 19 dez. 2012.

_____. Sensibilidades no tempo, tempo das sensibilidades. **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, Colóquios, 4 feb. 2005. Disponível em: <<http://nuevomundo.revues.org/229>; DOI :10.4000/nuevomundo.229>. Acesso em: 28 dez. 2012.

VIEIRA, Sofia Lerche. **Gestão da escola: desafios a enfrentar**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

ZANCHETTA, Sônia. **Organização de feiras de livros**. Porto Alegre: CRL, 2010.

*Produção
Editorial e a
exposição
“Comunicação
em História”*

171