



## **A RELAÇÃO 'CULTURA - MÍDIA - PÚBLICO' DENTRO DA PRODUÇÃO CULTURAL GOIANA NOS SEGMENTOS DE ARTES CÊNICAS E CINEMA**

MARCUS FELIPE GOUVEIA DE PAULA; CÉSAR VIANA TEIXEIRA  
marcus.gouveia7@gmail.com

**Objetivo:** Investigar a relação “cultura-mídia-público” dentro da produção cultural goiana nos segmentos de artes performáticas (teatro, dança, circo e ópera) e cinema. Coletar e analisar informações acerca de artistas e produtores culturais quanto à interatividade que mantém com o público, sobretudo nas mídias. **Método:** A investigação parte de base empírica em método dedutivo numa pesquisa descritiva por meio de técnicas padronizadas de coleta de dados, no caso, a aplicação de questionários e de constante pesquisa e revisão bibliográfica. Pesquisas foram realizadas de maneira a se levantar nomes e contatos de grupos cênicos, produtoras e profissionais de cinema. Foram desenvolvidos quatro questionários específicos, levando-se em consideração os públicos-alvos a serem entrevistados: a) grupos de artes cênicas, b) Produtoras (empresas) de cinema e, c) Profissionais (pessoa física) de cinema e, d) público em geral. Cada qual voltado a conhecer hábitos, costumes e opiniões a respeito da divulgação artística na cidade e uso de mídias digitais como ferramenta. **Resultados:** Foram acionados 31 grupos de artes cênicas, 14 produtores de cinema e 118 pessoas em geral. De maneira geral é notória a adoção das redes sociais enquanto ferramenta de divulgação, embora outras formas mais tradicionais ainda sejam levadas em conta. As redes sociais mais utilizadas são Facebook, Youtube, Instagram e Twitter e atualizações geralmente ocorrem menos de três vezes na semana. Quanto aos usuários, os acessos às redes são diários, com período prevalente entre 18 e 21h. Seus hábitos culturais seguem a seguinte ordem de preferência: Cinema (94%), Teatro (70.1%), Shows (68.4%), Dança (38.5%), Exposições de Arte (38.5%), Exibições de Curtas-metragens (23.1%), Circo (12%) e, Ópera (8.5%). Muitos afirmam desconhecer os trabalhos locais. **Conclusão:** A pesquisa se fez importante instrumento para entender a realidade dos grupos cênicos e produtores de cinema locais, suas ações de divulgação, como se organizam e se relacionam com os instrumentos digitais. As informações sobre o público na mídia fazem-se importantes estudos para compreender perfis e sua interação nas redes de maneira a se refletir novas ações midiáticas para instigar a formação de públicos e conhecimento acerca dos trabalhos desenvolvidos.

**Palavras-chave:** Redes Sociais. Artes Cênicas. Cinema