

JORNALISMO CULTURAL:
UMA PROPOSTA DE SUPLEMENTO PILOTO

RICARDO MANCINI DE O. BARROS
VIVIANE CLAUDIA V. DO NASCIMENTO

**JORNALISMO CULTURAL:
UMA PROPOSTA DE SUPLEMENTO PILOTO**

RICARDO MANCINI DE O. BARROS
VIVIANE CLAUDIA V. DO NASCIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Comunicação
Social “Jornalista Roberto Marinho”,
habilitação em jornalismo, Universidade do
Oeste Paulista, como requisito parcial para
sua conclusão.

Orientador: Prof. Esp. Giselle Tomé da
Silva

**RICARDO MANCINI DE O. BARROS
VIVIANE CLAUDIA V. DO NASCIMENTO**

**Jornalismo Cultural:
Uma Proposta de Suplemento Piloto**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho”, habilitação em jornalismo, Universidade do Oeste Paulista, como requisito parcial para sua conclusão.

Presidente Prudente, 09 de junho de 2014.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Lêda Márcia Litholdo (Presidente)

Prof. Ms. Rogério do Amaral (Membro)

Prof. Esp. Giselle Tomé da Silva (Orientadora)

DEDICATÓRIA

A todos que lutam para que o jornalismo cultural seja um mediador do conhecimento e atinja o maior número de pessoas, sem distinção de classes; e àqueles que fazem do jornalismo cultural uma função social e transformadora.

AGRADECIMENTOS

Aos jornalistas que, com seus trabalhos geniais, nos despertaram a paixão pelo jornalismo e, em especial, pelo jornalismo cultural.

Aos professores que alimentaram nossos sonhos.

Aos entrevistados que são, cada um deles, parte deste trabalho.

Àqueles que nos deram referências e nos mostraram caminhos para que construíssemos nossos próprios caminhos.

Especialmente à professora Maria Luisa Hoffmann, uma referência intelectual e humana, pronta a abrandar nossas angústias e acalmar nossos corações. Profissional impecável e exemplo ético.

À professora orientadora Giselle Tomé da Silva, sempre paciente, pronta a sanar dúvidas, emanar ideias, nos brindando com sua rica experiência profissional e nos proporcionando liberdade de criação.

Ao professor Rogério do Amaral que releu diversas vezes esta pesquisa, sempre atento às normas da ABNT, corrigindo e ensinando com incansável paciência e dedicação.

Ao Lucas Miolla, egresso da Facopp, que deu um toque de elegância à peça prática com ideias e trabalho geniais, dando forma a nossos anseios, tornando-se um coadjuvante deste trabalho.

À equipe do jornal O Imparcial, em especial ao diretor executivo Alberto Deodato Bagli da Silva, pela paciência, colaboração e contribuição à esta pesquisa.

Aos amigos de turma, famílias, amores, e a todos aqueles que testemunharam nosso trabalho, esforço, angústias, dúvidas e que sempre tiveram certeza de que tudo daria certo ao final.

*“Isso de querer
ser exatamente aquilo
que a gente é
ainda vai
nos levar além.”*

Paulo Leminski

RESUMO

Jornalismo Cultural: uma proposta de suplemento piloto

O projeto “Jornalismo cultural: uma proposta de suplemento piloto” tem como objetivo geral estudar e ampliar os conhecimentos sobre jornalismo cultural e identificar como ele pode ser aplicado de maneira a não se submeter à tendência de standardização dos produtos culturais. A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa foi de abordagem qualitativa no delineamento do estudo de caso. O estudo teve como método a pesquisa exploratória e os instrumentos de coletas de dados foram: entrevista em profundidade e entrevista semiaberta. O jornal O Imparcial, único jornal local em Presidente Prudente, é o objeto de estudo presente nesta pesquisa. Os resultados obtidos estão apresentados em um suplemento piloto desenvolvido para complementar o Caderno 2, atual caderno de cultura do Imparcial.

Palavras-chave: Jornalismo impresso; Jornalismo cultural; O Imparcial; Caderno 2; Standardização.

ABSTRACT

Cultural journalism: a pilot supplement proposal

The Project entitled “Cultural Journalism: a pilot supplement proposal” has the general objective study and amplify the knowledge about Cultural Journalism and identify how it may be put into effect without stand to the standardisation among cultural products. The methodology used for the realization this research have qualitative approach, and in your lineation it is case study. The main device of data collection was exploratory research valited by interview in depth and semi-open interview. O Imparcial, the only local journal in Presidente Prudente, is the study objective and the results collected are presented in the pilot supplement developed to complementary the Caderno 2 of it.

Keywords: Press journalism; Cultural journalism; O Imparcial; Caderno 2; Standardisation.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -	Revista The Spectator, marco do jornalismo cultural.....	41
FIGURA 2 -	Revista The New Yorker.....	43
FIGURA 3 -	Correio Braziliense: primeiro jornal brasileiro a abordar o jornalismo cultural.....	46
FIGURA 4 -	Capa da primeira edição do Caderno B, de 15 de setembro de 1960.....	48
FIGURA 5 -	Ilustrada, Folha de S. Paulo, edição de 1º de janeiro de 1989.....	49
FIGURA 6 -	Caderno 2, O Estado de S. Paulo, de março de 1986.....	49
FIGURA 7 -	Caderno 2, O Imparcial, de 1º de maio de 2014.....	72
FIGURA 8 -	Ilustríssima, 04 de setembro de 2011.....	78
FIGURA 9 -	Perfil econômico do leitor da Ilustríssima.....	80
FIGURA 10 -	Logotipo Mosaico.....	89
FIGURA 11 -	Capa.....	90
FIGURA 12 -	Página 2.....	91
FIGURA 13 -	Página 3.....	92
FIGURA 14 -	Página 4.....	93
FIGURA 15 -	Página 5.....	94
FIGURA 16 -	Página 6.....	95
FIGURA 17 -	Página 7.....	96
FIGURA 18 -	Página 8.....	97
FIGURA 19 -	Fonte: Distro.....	98
FIGURA 20 -	Fonte: PalmSprings.....	98
FIGURA 21 -	Fonte: Calibri.....	98
FIGURA 22 -	Fonte: Calibri bold.....	99
FIGURA 23 -	Formatos de anúncios sugeridos – O Imparcial.....	100
FIGURA 24 -	Formatos de anúncios diferenciados – O Imparcial.....	100
FIGURA 25 -	Formatos de anúncios diferenciados – O Imparcial.....	101

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA.....	14
2.1 Problema.....	14
2.2 Objetivos.....	16
2.2.1 Objetivo geral.....	16
2.2.2 Objetivos específicos.....	16
2.3 Justificativa.....	16
2.4 Metodologia.....	17
3 JORNALISMO.....	21
3.1 Jornalismo Impresso.....	22
3.1.1 Jornalismo impresso no Brasil.....	26
3.2 Jornalismo Especializado.....	27
3.2.1 Jornalismo especializado no Brasil.....	29
3.3 Categorias do Jornalismo.....	30
4 O QUE É CULTURA?.....	33
4.1 Conceitos e Considerações.....	33
4.2 Cultura Popular, Cultura Erudita e Cultura de Massa.....	36
4.3 Indústria Cultural e Comunicação de Massa.....	37
4.4 A Estandarização da Cultura.....	39
5 JORNALISMO CULTURAL.....	41
5.1 Conceitos e Origens.....	41
5.2 Jornalismo Cultural no Brasil.....	45
5.2.1 Estrutura dos cadernos culturais no Brasil.....	50
5.3 Crise no Jornalismo Cultural.....	53
5.3.1 O jornalismo de serviço.....	57
5.3.2 Impactos das inovações tecnológicas e mídias digitais.....	58
6 OS FORMATOS DOS JORNAIS IMPRESSOS.....	60
6.1 Origem dos Formatos.....	60
6.2 Formato Standard x Formatos Compactos.....	62
7 O DESIGN NO JORNAL IMPRESSO.....	66
7.1 A Evolução do Design no Jornal Impresso.....	66
7.2 O Design como Meio da Mensagem.....	67
8 A IMPRENSA ESCRITA EM PRESIDENTE PRUDENTE.....	70
8.1 O Jornal O Imparcial.....	70
8.2 Jornalismo Cultural no Jornal O Imparcial - O Caderno 2.....	71
9 PROPOSTAS PARA O JORNALISMO CULTURAL PRUDENTINO.....	73
9.1 O Suplemento Ilustríssima, da Folha de S. Paulo: Modelo de Inovação no Jornalismo Cultural Brasileiro.....	78

10 PROJETO EDITORIAL - SUPLEMENTO MOSAICO.....	82
10.1 Introdução.....	82
10.2 Objetivo Geral.....	83
10.3 Objetivos Específicos.....	83
10.4 Justificativa.....	83
10.5 Público-alvo.....	84
10.6 Linha Editorial.....	84
10.6.1 Anunciantes.....	85
10.7 Estrutura.....	86
10.8 Projeto Gráfico.....	88
10.9 Recursos Técnicos.....	101
10.10 Recursos Financeiros.....	101
10.11 Recursos Humanos.....	101
 11 MEMORIAL DESCRITIVO.....	 103
11.1 O Pré-projeto.....	103
11.2 O Trabalho de Conclusão de Curso.....	104
11.2.1 Peça teórica.....	104
11.2.2 Peça prática.....	104
11.2.3 Banca de qualificação.....	106
 12 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 107
 REFERÊNCIAS.....	 111
 ANEXOS.....	 119
 APÊNDICES.....	 136

1 INTRODUÇÃO

Para a antropologia, cultura é tudo aquilo que o homem consegue criar, seja uma reinvenção ou algo original e inédito. O jornalismo tem a função de enviar ao público notícias que sejam relevantes aos fatos do cotidiano. A cultura, como meio de produção humana, é propagada para todos por meio da mídia. Daí nasce a área do jornalismo dedicada à cultura, o Jornalismo Cultural.

O ser humano, por sua vez, não carece apenas de notícias sobre economia, política, polícia e esporte. Pelo contrário, a necessidade de se informar sobre música, teatro, cinema, lazer, com conteúdo rico e que traga em si aprofundamento e leve o leitor a construir uma visão crítica a respeito de determinado assunto, fundamenta o investimento de jornais na abordagem cultural.

Em Presidente Prudente, interior do Estado de São Paulo, o jornal O Imparcial, único jornal diário em circulação e distribuído em outras 33 cidades, dedica o Caderno 2 ao jornalismo cultural.

Atualmente, esse segmento do jornalismo passa por uma crise de identidade que vem sendo amplamente estudada por pesquisadores da área. Um dos fatores apontados como responsáveis por essa crise é o processo de estandardização, que implica em uma padronização de pautas, cada vez mais dedicadas à cobertura de agendas culturais e distantes de prover ao leitor textos profundos que o guiem a uma reflexão crítica.

Essa tendência está presente na maioria dos cadernos diários de cultura dos jornais brasileiros, sendo, no entanto, mais rara nos suplementos de finais de semana, quinzenais ou mensais. Um modelo de inovação, tanto de conteúdo quanto de tratamento visual, e que tenta quebrar o processo de homogeneização, é o suplemento Ilustríssima, do jornal Folha de S. Paulo. Veiculado em todos os domingos, a Ilustríssima é um complemento do caderno Ilustrada, que circula diariamente e, sua proposta, é a de trazer textos mais longos e mais aprofundados, com temas menos conhecidos do grande público e de difundir as artes, especialmente as artes plásticas.

Tendo a Ilustríssima como modelo de inspiração, de quebra de paradigmas e de inovação no jornalismo cultural brasileiro, os pesquisadores propuseram a criação de um suplemento cultural mensal para o jornal O Imparcial, de maneira que seja um complemento ao Caderno 2.

Para isso, foi necessária uma abordagem breve da história do jornal e dos cadernos de cultura no mundo e no Brasil. Bem como um estudo sobre os formatos dos jornais, as tendências e as crises que o jornalismo cultural tem sofrido nos últimos anos.

No capítulo dois deste trabalho, é abordada a fundamentação metodológica, onde é feita uma exposição dos objetivos, problema, justificativa e metodologia usada na pesquisa.

No capítulo três, é possível conhecer a história do jornalismo impresso, seu surgimento no mundo e no Brasil, bem como o jornalismo especializado. Esta abordagem foi necessária pelo fato do objeto de estudo ser o jornal impresso O Imparcial, que faz parte da história do jornalismo impresso no Brasil, e por esta pesquisa se tratar especialmente sobre o jornalismo de cultura, que é um segmento do jornalismo especializado.

No capítulo quatro, foram feitas algumas considerações sobre o conceito de cultura, as características de cultura popular, erudita e de massa, bem como reflexões sobre a indústria cultural e a comunicação de massa, já que a compreensão desses termos é essencial para a discussão do jornalismo cultural.

O quinto capítulo conta com os conceitos e origens do jornalismo cultural, estrutura dos cadernos culturais brasileiros, e a atual crise que vive essa ramificação do jornalismo especializado. Também traz discussões sobre o jornalismo de serviço, apontado em estudos como uma descaracterização do jornalismo cultural, e os impactos que as inovações tecnológicas e as mídias digitais têm causado ao jornalismo cultural.

O sexto capítulo é um estudo sobre os formatos dos jornais impressos e uma discussão sobre o formato mais indicado para a realidade de Presidente Prudente e do jornal O Imparcial. O sétimo capítulo é um complemento ao sexto, já que aborda o design no jornal impresso, sua evolução e utilização como um meio para a mensagem.

No oitavo capítulo está presente um breve histórico sobre a imprensa escrita em Presidente Prudente, sobre o jornal O Imparcial e o Caderno 2. No nono capítulo, os pesquisadores expõem propostas para o jornalismo cultural prudentino e fazem uma explanação sobre o suplemento Ilustríssima, do jornal Folha de S. Paulo, modelo que inspirou o suplemento cultural proposto nesta pesquisa.

O décimo capítulo traz o projeto editorial da peça prática originada desta pesquisa, o suplemento cultural Mosaico, e o seu projeto gráfico.

Por fim, o capítulo onze contém o memorial descritivo, uma descrição detalhada sobre a trajetória percorrida pelos pesquisadores para realizar esta pesquisa até a concepção da peça prática.

2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

2.1 Problema

Desde o lançamento da revista inglesa *The Spectator*, em 1711, o jornalismo cultural tem evoluído e passado por modificações. No Brasil, este segmento apareceu somente no século XIX. Mas foi com a criação do Caderno B, em 1956, o caderno de cultura do Jornal do Brasil, que o jornalismo cultural floresceu por aqui, fazendo com que todos os jornais do país, influenciados pelo B, lançassem seus cadernos de cultura.

Com o tempo, porém, os suplementos culturais reduziram o número de páginas, minguiaram ou desapareceram do mercado. Outros sofreram mudanças de conteúdo, deixando pouco espaço em suas páginas para o jornalismo cultural. Também se tornaram recorrentes textos rasos, grandes espaços dedicados às agendas culturais e ao colunismo social. A esse conjunto de fatores, deve-se a crise que o jornalismo cultural vem enfrentando, apesar de esses cadernos estarem entre os preferidos do público.

Souza (2009) conceitua o jornalismo cultural como um campo que domina as questões culturais de uma sociedade e que pode ser ainda mais específico, dedicando-se a áreas como artes plásticas, cinema, cultura popular, literatura, música e teatro.

As pessoas, segundo Assis (2008), possuem uma necessidade de conhecer o que está acontecendo no mundo. Ele defende que elas precisam de assuntos úteis para os momentos de lazer e que esses indivíduos são carentes de informações sobre artes, espetáculos, livros e outros assuntos referentes à cultura.

Para Piza (2011), a grande imprensa trata o jornalismo cultural como secundário no cenário atual, atribuindo-lhe um papel quase decorativo. O autor, contudo, defende que os segundos cadernos têm uma relação de importância tanto com o leitor quanto com o jornal, além de que as sessões culturais dos grandes jornais se mantêm entre as mais lidas e queridas pelos leitores.

O problema atual na área do jornalismo cultural é que ele não está conseguindo realizar sua função com total clareza. O jornalismo cultural tem sido submetido ao que Piza (2011) chama de polarizações grosseiras, já que os critérios

que têm guiado a escolha das pautas culturais são de matérias pouco diversificadas e economicamente relevantes.

Quanto ao conteúdo, Gadini (2006) pontua que os cadernos culturais brasileiros veiculam de 50% a 70% das matérias com abordagens locais ou regionais sobre eventos, lançamentos ou questões que interessam a região. Segundo o autor, as matérias dos principais jornais do eixo Rio-São Paulo oscilam em torno de 80% a 100%. O restante das matérias seria de jornais estrangeiros, assessorias e agências de notícias publicadas na maioria dos diários brasileiros.

Os assuntos dos cadernos culturais podem ser mais bem trabalhados, pois:

Tendem a sobrevalorizar as celebridades, que são entrevistadas de forma que até elas consideram banal (“Como começou sua carreira?” etc.), a restringir a opinião fundamentada (críticas são postas em miniboxes nos cantos da página; a destacar o colunismo (praticado cada vez menos por jornalistas de carreira); e a reservar maior espaço para as “reportagens”, que na verdade são apresentações de eventos (em que se abrem aspas para o artista ao longo de todo o texto, sem muita diferença em relação ao *press-release*). Os assuntos preferidos, por extensão, são o cinema americano, a TV brasileira e a música pop, que dominam as tabelas de consumo cultural. (PIZA, 2011, p.53)

Hall (1997) observa que existe uma estandardização dos produtos culturais, que apaga as particularidades e diferenças locais e produz uma cultura homogeneizada, ocidentalizada. O autor (1997, p.3) descreve esse processo como “*McDonaldização* do globo”. Ainda observa que isso viria a desconsiderar a cultura local em detrimento de “[...] um conjunto de produtos culturais estandardizados”.

A visão de Hall (1997, p.10) abrange o fato de que “[...] a cultura necessita da diferença para prosperar – mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial”.

Acredita-se que a imprensa interfere no consumo social dos bens culturais quando elege uma pauta ao invés de outra, agindo, assim, na formação de públicos. Assim, amparados pelas crises que têm afetado o jornalismo cultural, os pesquisadores pretenderam, com este estudo, elaborar um produto regional que fosse capaz de responder à pergunta: como é possível produzir um suplemento cultural que ofereça um conteúdo aprofundado e sem seguir a tendência da estandardização?

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo geral

Estudar e ampliar os conhecimentos sobre jornalismo cultural e identificar como ele pode ser aplicado de maneira a não se submeter à tendência de estandardização dos produtos culturais.

2.2.2 Objetivos específicos

- Entender o atual cenário do jornalismo cultural no jornalismo impresso;
- Compreender como o Caderno 2, do jornal prudentino O Imparcial, aborda o jornalismo cultural;
- Produzir um piloto de um suplemento cultural mensal para O Imparcial e oferecê-lo ao jornal como um caderno especial para publicação.

2.3 Justificativa

Em Presidente Prudente, na região Oeste do Estado de São Paulo, O Imparcial, jornal impresso mais antigo – e atualmente o único – da cidade, possui um espaço dedicado ao jornalismo cultural no Caderno 2. Esse caderno se divide entre textos elaborados pela própria redação local e de agências de notícias, palavras cruzadas, tirinhas, programação de TV e cinema, releases e columnismo social.

Essa pesquisa teve como objetivo estudar o jornalismo cultural no jornalismo impresso, abordando a evolução e atual condição da área para que, ao final, fosse apresentada uma proposta que fugisse da atual condição do segmento. O objeto de aplicação dos estudos foi o jornal O Imparcial e como referencial de conteúdo incluiu-se o caderno Ilustríssima, do jornal Folha de S. Paulo que, como consta, foi uma forma de inovação no jornalismo cultural impresso.

Desta maneira, a pesquisa pretendia contribuir academicamente com o estudo na área do jornalismo cultural, discutindo sua atual crise e tendências e, dessa forma, colaborar com a sociedade ao levantar novas discussões a respeito do tema, compreendê-lo e propor novas perspectivas. Os pesquisadores também esperavam adquirir maior conhecimento acerca do assunto e apresentar um jornalismo cultural

aplicado de maneira responsável, compartilhando da visão de Piza (2011, p.45), que diz que “[...] a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses”.

Para rebater essa tendência de produtos culturais estandardizados, numa tentativa de preservar as particularidades e diferenças locais, esta pesquisa propôs um caderno piloto que fosse único e que criasse sua própria narrativa dentro do seu universo.

2.4 Metodologia

Os métodos são ferramentas que o investigador usa a partir de técnicas que colaboram no desenvolvimento da pesquisa. O método é definido por Marconi e Lakatos (2005, p.83) como “[...] o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

Para executar este trabalho foi usada a pesquisa qualitativa, um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que pretendem descrever e decodificar os significados, com o objetivo de “[...] traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social” (NEVES, 1996, p.1).

A pesquisa qualitativa, como a coleta de dados, não exige regras ou passos precisos a serem seguidos, pois, como define Goldenberg (2013), esses dados não são padronizáveis da forma como os quantitativos são. A autora diz que é necessário que o pesquisador tenha flexibilidade ao coletar e analisar esses dados, além da criatividade.

A abordagem qualitativa surge para contrapor à quantitativa, como observam Fraser e Gondim (2004), fundamentando que o principal objetivo das ciências sociais é a compreensão da realidade humana vivida socialmente para, assim, compreender realidades particulares e complexas.

Um dos principais problemas enfrentados pela abordagem qualitativa, porém, como mostra o estudo de Goldenberg (2013), está na possibilidade do pesquisador contaminar a pesquisa com seus valores e personalidade. De acordo com a autora (2013, p.55), ter consciência de como estar presente em um grupo pode

afetá-lo e questionar até que ponto o envolvimento “[...] pode ser minimizado ou, inclusive, analisado como dado de pesquisa.”

Os métodos escolhidos foram: estudo de caso e pesquisa exploratória. Yin (apud DUARTE, 2011, p.216) aponta a definição mais citada para o estudo de caso como “[...] uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. O estudo de caso faz um mergulho profundo, reunindo o maior número de informações detalhadas por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de apreender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto (GOLDENBERG, 2013).

Nessa pesquisa, o estudo de caso foi aplicado no jornal O Imparcial, especificamente no Caderno 2; e no suplemento Ilustríssima, da Folha de S. Paulo, que por seu modelo de inovação no segmento serviu de inspiração para o conteúdo e construção de projeto gráfico.

Já a principal função da pesquisa exploratória é o desenvolvimento, o esclarecimento e a modificação de conceitos e ideias, focada na formulação de problemas mais precisos ou hipóteses que podem ser pesquisadas em estudos posteriores, como afirma Gil (2012), para quem essas pesquisas envolvem técnicas de levantamento bibliográfico e documental.

Como instrumento de coleta de dados, foram usados a pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade e entrevista semiaberta.

A pesquisa bibliográfica parte de um material elaborado que consiste em livros e artigos científicos e, sua principal vantagem, é permitir que o investigador apure os fenômenos de modo muito mais amplo do que ele faria pesquisando diretamente já que, em muitas ocasiões, o pesquisador só consegue conhecer os fatos passados com base em dados secundários (GIL, 2012).

Toda bibliografia pública que diz respeito ao tema estudado, “[...] desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais [...] e audiovisuais são envolvidos na pesquisa bibliográfica” (MARCONI; LAKATOS, 2005, p.185). Logo, ela tem como finalidade proporcionar um contato direto entre o pesquisador e os arquivos que podem ser encontrados escritos, ditos ou filmados (MARCONI; LAKATOS, 2005).

Os dados podem ser, muitas vezes, coletados ou processados equivocadamente a partir da pesquisa bibliográfica, pois um trabalho baseado nessas fontes corre o risco de reproduzir erros. Por isso, Gil (2005, p.50-51) defende que, para diminuir essa chance, os pesquisadores devem se assegurar “[...] das condições em que os dados foram obtidos, analisar em profundidade cada informação para descobrir possíveis incoerências ou contradições e utilizar fontes diversas, cotejando-se cuidadosamente”.

Na pesquisa bibliográfica os pesquisadores ampararam-se em livros, disponibilizados na biblioteca da Universidade do Oeste Paulista e adquiridos pela dupla, artigos, dissertações e teses disponíveis na internet por outros pesquisadores com o intuito de trazer um abrangente aprofundamento sobre o tema.

Gil (2012) define entrevista como uma interação social. É quando o investigador apresenta perguntas ao investigado com o intuito de obter dados que interessam à investigação. Ainda de acordo com o autor, pelo fato da técnica da entrevista ser flexível ela é adotada como fundamental e considerada como a parte mais importante nas últimas décadas no tocante ao desenvolvimento das ciências sociais.

Para as entrevistas, os pesquisadores optaram pela entrevista em profundidade que, segundo Duarte (2011), é uma técnica qualitativa que busca informações, percepções e experiências de informantes para explorar um assunto, as quais serão analisadas e apresentadas de forma estruturada.

Quanto à técnica de entrevista, foi usada a entrevista em profundidade, semiaberta ou, como define Marconi e Lakatos (2005, p.199), entrevista padronizada ou estruturada, que “[...] é aquela em que o entrevistador segue um roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas. Ela se realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas de acordo com um plano”.

A entrevista em profundidade e semiaberta é guiada por pautas, como afirma Gil (2012), já que está ligada por uma série de pontos de interesse e, por isso, as pautas devem ser organizadas e manter relação entre si.

Tradicionalmente, as entrevistas são feitas face a face, mas, de acordo com Gil (2012), a entrevista por telefone tem se tornado cada vez mais frequente no decorrer das últimas décadas por conta dos custos mais baixos, rapidez, moradores

de grandes cidades terem maior aceitação com esse tipo de entrevista e a possibilidade de agendar o melhor horário para a entrevista.

Os pesquisadores entrevistaram o diretor administrativo do jornal O Imparcial, Deodato da Silva; a editora de cultura do Caderno 2, Danielle Merlin; Alberto da Silva, responsável pelo projeto gráfico do jornal O Imparcial; Jotacê Cardoso, músico, delegado regional da Ordem dos Músicos do Brasil e presidente do Clube do Meio Artístico; e Fábio Nogueira, secretário de cultura de Presidente Prudente.

3 JORNALISMO

Falar de jornalismo implica, antes de tudo, em falar das primeiras formas de comunicação. O homem encontrou nos gestos, posturas físicas e linguagens corporais, a primeira maneira de estabelecer uma comunicação. Com o aumento das tarefas diárias e do convívio em grupo, houve a necessidade de expressão por meio de grunhidos, rosnados, até chegar à verbalização.

Para Pena (2010, p.24) “os relatos orais são a primeira grande mídia da humanidade”.

A fala foi o passo inicial de um itinerário impressionante. Misteriosa quanto a suas origens, que reconstituímos apenas por meio de conjecturas, ela permitiu a eficiente transmissão de conhecimentos de uma geração para outra, fazendo surgir grupos humanos homogêneos por um acervo cultural comum e assegurando, assim, as raízes iniciais de todas as culturas. (COSTELLA, 2002, p.14)

Depois de aprender a falar, o homem passou a se expressar por desenhos, imprimindo nas paredes das cavernas figuras de animais e cenas do cotidiano. Vieram, então, os primeiros sinais gráficos e, depois a escrita pictográfica. A pictografia foi essencial para o desenvolvimento da escrita que, como relata Pena (2010), data de aproximadamente cinco mil anos antes de Cristo, atribuída ao povo de Uruk, habitantes do sul da Mesopotâmia, atual Iraque. Dos pictogramas surgiu mais tarde o alfabeto, segundo consta, tendo sido utilizado primeiro pelos fenícios. Para Melo (2005, p. 1) a escrita “[...] é a forma mais eficaz, duradoura e decifrável da mensagem, o que não ocorria antes com o som, o fogo ou, simplesmente, com a memória”.

Com a escrita, o homem venceu definitivamente o tempo e, mais ainda, venceu o espaço. Ela permitiu a fixação do conhecimento num substrato material – papiro, cerâmica, papel, memória do computador etc. – mantendo-o disponível ao longo do tempo para sucessivas e inúmeras gerações, e, simultaneamente, admitiu a disseminação do conhecimento à distância pelo transporte daquele substrato. (COSTELLA, 2002, p.15)

Vieram, então, os suportes físicos da escrita. Vários foram os meios empregados para que a escrita fosse fixada, porém, ressalte-se a relevância do papiro, pergaminho e papel. O papiro era usado desde a antiguidade pelos egípcios, e era fabricado a partir de uma planta chamada papiro. O pergaminho, fabricado

geralmente com pelo de carneiro, apesar de mais caro, também passou a ser usado na Ásia Menor e, depois, na Europa.

Os chineses inventaram o papel por volta do ano 105, fabricado com casca de árvore, cânhamo e trapos. Tendo se disseminado com rapidez pelo Oriente só chegou à Europa cerca de 1550 anos depois, e mesmo assim, sofreu resistência por ter sido levado por árabes e judeus, considerados inimigos num continente dominado por cristãos. Somado às razões religiosas ainda tinha o fato do papel ser caro, fazendo com que o uso do pergaminho fosse preferido. (COSTELLA, 2002)

O papel é fundamental para o início da produção de textos e da comunicação impressa, para romper com o estado de segredo de informações, antes controladas pelo o Estado e pela Igreja. O espaço público gerou uma demanda pela troca de informações, intensificada cada vez mais pelo acesso da população à leitura e à escrita. (MELO, 2005, p.2)

Antes que os primeiros indícios de um jornal impresso pudessem florescer, a escrita ficou restrita à Igreja, autoridades e nobreza. Poucos tinham acesso a obras escritas e poucos eram alfabetizados. Com o alfabeto e o aperfeiçoamento da fabricação do papel, o caminho para que o jornal impresso se desenvolvesse, estava aberto. Para que isso acontecesse, houve, antes de tudo, a necessidade da informação que, somada a estes, resultaram, ao final, no jornalismo impresso.

3.1 Jornalismo Impresso

Na gênese do que hoje se chama de jornal impresso, há algumas divergências. Alguns estudiosos consideram os romanos os pais do jornal, por usarem a comunicação mural através das *actas*, que informavam sobre assuntos oficiais do governo, assuntos variados e até crônica social. Mas os jornais como são conhecidos hoje derivam das gazetas manuscritas, que eram dotadas de atualidade, periodicidade e variedade de matéria, como coloca Costella (2002). Pena (2010, p.34), também atribui o DNA do jornal às gazetas:

Na árvore genealógica dos jornais estão as gazetas, que vêm do italiano *gazzete*, a moeda utilizada em Veneza no século XVI. Elas eram manuscritas, periódicas e apresentadas em quatro páginas em frente e verso, dobradas ao meio, como um pequeno fólio, de vinte centímetros de altura e quinze de largura. Custavam uma moeda, ou seja, uma gazeta. As notícias eram

vinculadas ao interesse mercantil, com informes sobre colheitas, chegada de navios, cotações de produtos e relatos de guerra. Vinham de diversos países. Não traziam títulos, apenas data e local de procedência. Possuíam leitores dentro e fora de Veneza, o centro comercial e informativo mais importante da Europa na época. De lá, eram produzidas e expedidas por correio, saindo todos os sábados para diversas cidades italianas. (PENA, 2010, p.34)

Até por volta de 1600, os jornais eram feitos assim, à mão. Mas uma invenção revolucionária para a época mudou a maneira de se fazer jornal, o tornando cada vez mais influente nas sociedades onde circulava. A tipografia, técnica de escrever com tipos, como define Costella (2002), é relatada desde o século V, na China, quando eram usados carimbos com tintas para produzir impressos religiosos budistas. A técnica evoluiu e chegou aos tipos móveis de cerâmica dos chineses e, logo depois, aos de madeira.

Mas a tipografia ficou anos sendo usada para outros fins que não a impressão de jornais, como constata Costella (2002, p.79): “Durante os cento e cinquenta anos iniciais da tipografia, nenhum jornal saiu de suas máquinas. Jornal, nesse período, era coisa de se fazer à mão [...]”

Johannes Gutenberg, nascido na Alemanha por volta de 1400, foi o grande nome responsável pela propagação do jornal impresso. Fundiu tipos móveis utilizando uma liga metálica de chumbo, estanho, antimônio e bismuto, tornando o tipo mais resistente, podendo ser usado várias vezes sem se desgastar. (COSTELLA, 2002)

Afirmar qual foi o primeiro jornal impresso não é tarefa fácil. Mesmo os estudiosos do assunto divergem a respeito. Costella (2002) fala que para alguns teria sido o *NieuweTijdinghen*, da Antuérpia, em 1605; para outros, o *Ordinarii Avisa*, de Estrasburgo, ou o *Realationoder Zeitung*, de Augsburgo, os dois de 1609.

Pena (2010, p.37) pontua que, ao considerar a periodicidade com a atualidade como características dos jornais, as primeiras publicações surgem no início do século XVII, na Alemanha, nos Países Baixos e na Inglaterra, “herdeiras das gazetas venezianas”. Também esclarece que a imprensa diária chegou em 1650 à Alemanha, em 1702 à Inglaterra e em 1777 à França.

Lage (2006) conta que o primeiro jornal circulou em Bremen, Alemanha, em 1609. Na Inglaterra foi só em 1621, com a *Current of General News* e, na França, surge a *Gazette*, apenas dez anos mais tarde. Neles, a notícia aparece ligada a acumulação de capital.

Em Lage (2004) encontram-se referências ao conteúdo veiculado nos primeiros jornais:

Os primeiros jornais circularam, a partir de 1609, em centros de comércio, ligados à burguesia, e os primeiros jornalistas incumbiam-se de difundir as ideias burguesas. Algumas décadas mais tarde, os aristocratas também promoveram a edição de jornais que, de sua parte, divulgavam temas caros à aristocracia, dedicando muito espaço, por exemplo, aos casamentos, viagens de príncipes e festas da corte. (LAGE, 2004, p.10)

Com a popularização dos tipos móveis de Gutenberg houve uma rápida propagação de obras impressas que acabaram resultando no jornalismo, e na consolidação da imprensa periódica.

Estudiosos divergem a respeito do que caracteriza uma publicação jornalística. Pena (2010) considera a atualidade e a periodicidade, além da universalidade de assuntos e da publicidade, inerentes a estas publicações e ressalta a importância dos acontecimentos históricos como os responsáveis pelo florescimento da imprensa. Ele observa que a ascensão da burguesia e do capitalismo é que vão efetivar a constituição dos primeiros jornais, de acordo com ele “[...] caracterizados por trazerem notícias de todos os gêneros por terem atualidade e periodicidade” (PENA, 2010, p.36). Daí vem o termo jornal, do francês *journal*, que significa diário.

Os jornais passaram por transformações desde sua criação. Antes de chegarem ao que são hoje, suas páginas eram carregadas de opinião e de retórica, como observa Pena (2010, p.41):

Até o começo do século XX, os jornais eram essencialmente opinativos. Não que a informação / notícia estivesse ausente das páginas. Mas a forma como era apresentada é que era diferente. As reportagens não escondiam a carga panfletária, defendendo explicitamente as posições dos jornais (e de seus donos) sobre os mais variados temas. As narrativas eram mais retóricas do que informativas. Antes de ir ao verdadeiro assunto da matéria, os textos faziam longas digressões relacionando-a com a linha de pensamento do veículo, o que, hoje, os jornalistas chamam de nariz de cera.

O *lead*, inventado nos Estados Unidos, prometia dar objetividade ao jornalismo dando um “[...] relato sintético do acontecimento logo no começo do texto, respondendo às perguntas: o que, quem, como, onde, quando e por quê”. (PENA, 2010, p.42)

A partir da década de 1960, a TV foi a responsável por mudanças consideráveis nos jornais, como a superação do *lead* para buscar as circunstâncias

mais profundas (CARVALHO, 2007). Chegou-se a discutir a crise no segmento dos jornais impressos, mas, como defende Dines (1996, p.69-70), colocar nas referências “[...] o jornal contém características que a TV jamais poderá superar: a) acontece na hora e no lugar mais conveniente para a audiência; b) pode ser relido, portanto guardado e aprofundado; c) seu conteúdo pode ser institucionalizado”.

Várias divisões históricas do jornalismo foram feitas. Marcondes Filho (2002, p.48) dividiu em cinco fases a história do jornalismo:

Pré-história do jornalismo: de 1631 a 1789. Caracterizada por uma economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro. Primeiro jornalismo: 1789 a 1830. Caracterizada pelo conteúdo literário e político, com texto crítico, economia deficitária e comandado por escritores, políticos e intelectuais. Segundo jornalismo: 1830 a 1900. Imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas, a criação de reportagens e manchetes, a utilização da publicidade e a consolidação da economia de empresa. Terceiro jornalismo: 1900 a 1960. Imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens, influência das relações públicas, grandes rubricas políticas e fortes grupos editoriais que monopolizam o mercado. Quarto jornalismo: de 1960 em diante. Caracterizado pela informação eletrônica e interativa, como ampla utilização da tecnologia, mudança das funções do jornalista, muita velocidade na transmissão de informações, valorização do visual e crise da imprensa escrita.

Ao tentar conceituar o jornalismo, Traquina (2005, p.19) lança mão da poesia ao dizer que:

Poeticamente podia-se dizer que o jornalismo é a vida, tal como é contada nas notícias de nascimento e de mortes, tal como o nascimento do primeiro filho de uma cantora famosa ou a morte de um sociólogo conhecido mundialmente. É a vida em todas suas dimensões, como uma enciclopédia.

Para Amaral (1978, p.16), a poesia sai de cena para dar lugar à ciência:

As definições de jornalismo são numerosas e variam de acordo com o enfoque de cada um. Ao assumir, porém, a condição de ciência, toma contornos acentuados e bem visíveis, e pode ser definido como “o estudo do processo de transmissão de informação, através de veículos de difusão coletiva, com características específicas de atualidade, periodicidade e recepção coletiva”.

Se as definições de jornalismo variam, o conceito de notícia parece ser unânime desde as culturas primitivas. Kovach e Rosenstiel (2004, p.17) descrevem esta experiência:

Certa época, quando os antropólogos começaram a comparar suas anotações sobre as poucas culturas primitivas do mundo ainda existentes, descobriram um aspecto inesperado. Desde as mais isoladas sociedades tribais na África até as mais remotas ilhas do Pacífico, seus habitantes tinham uma mesma definição básica do que é notícia. [...] Os historiadores chegaram à conclusão de que os mesmos valores básicos da notícia atravessaram, firmes e constantes, tempos e épocas. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p.17)

Kovach e Rosenstiel (2004, p.18) observam que “[...] precisamos de notícias para viver nossas vidas, para nos proteger, para nos ligarmos uns aos outros, identificar amigos e inimigos” e concluem: “O jornalismo é simplesmente o sistema criado pelas sociedades para fornecer essas notícias”.

3.1.1 Jornalismo impresso no Brasil

Até a Independência do Brasil, eram raras as atividades jornalísticas no país. Como em todas as colônias portuguesas na América a publicação de jornais, livros e panfletos era proibida. Já nas demais colônias europeias, a imprensa vigorava desde o século XVI.

Já no raiar do século XIX, semeando os pilares para o futuro, a Coroa combateu periódicos de oposição com a força das armas – sem metáforas. Tipografias foram fechadas; jornais, censurados; profissionais, espancados. Não é mera coincidência a curta vida da maioria dos periódicos, submetidos a prejuízos diversos. Ainda assim, em contraste com a penúria dos jornais, a imprensa, como instituição, prosperava, espalhando publicações e tipografias pelo país. (PIERANTI; MARTINS, 2006, p.3)

Foi com a instalação da Família Real Portuguesa no Brasil, em 1808, que teve início a história do jornalismo no país, com a criação, pelo príncipe-regente Dom João em 13 de maio do mesmo ano, da Imprensa Régia, como informa Costella (2002). Assim, em 10 de setembro de 1808, a Gazeta do Rio de Janeiro começa a circular, sendo o primeiro jornal publicado em território nacional. Era o jornal oficial da Coroa.

Também em 1808 foi criado o Correio Braziliense, de Hipólito José da Costa. Impresso em Londres, seu primeiro número é de junho de 1808, chegando ao Brasil apenas seis meses depois, de navio. Como conta Costella (2002), alguns historiadores dão o crédito de primeiro jornal brasileiro ao Correio, e não a Gazeta, como preferem outros.

Três meses antes do lançamento da Gazeta, o jornal Correio Braziliense, feito em Londres e voltado aos leitores brasileiros, começou a destinar ácidos comentários em relação à Corte, ora recém-chegada à sua maior colônia. Até 1822 Hipólito da Costa foi o responsável pelo Correio Braziliense, com edições de cerca de cem páginas, que chegavam ao Brasil por contrabando. Consolidada a Independência, o jornalista julgou sua missão encerrada e deu fim à trajetória do jornal. (PIERANTI; MARTINS, 2006, p.3)

Durante o Brasil Colônia apareceram no país mais de 50 jornais, a maioria sobrevivendo por curto período. O Diário do Rio de Janeiro, criado em 1821, foi o precursor dos atuais jornais informativos, sendo o primeiro a publicar notícias do cotidiano:

Seu conteúdo era voltado para furtos, assassinatos, diversões, espetáculos, observações meteorológicas, correio, anúncios de venda de escravos, leilões, compras, vendas, achados e aluguéis. Passou a ser chamado de Diário do Vintém, pelo baixo preço, e Diário da Manteiga, porque publicava os preços desse produto. Circulou até 1878. (LOPES, 2008, p.2)

O jornalismo impresso por aqui se propagou, passou por mudanças e entrou na era do jornalismo moderno, tendência inaugurada nos Estados Unidos. O *lead*, trazido pelo jornalista Pompeu de Toledo e introduzido na imprensa brasileira, prometia objetividade às notícias.

Mas foi com a chegada do rádio e da TV no país que os jornais impressos sofreram suas maiores mudanças. O rádio se instalou de fato no Brasil com a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em 1923. As rádios se multiplicaram, passaram a veicular publicidade comercial e os aparelhos se tornaram portáteis e mais baratos. A TV, inaugurada aqui em setembro de 1950, com a PRF-3 TV Tupi, cresceu vertiginosamente. (COSTELLA, 2002)

Foi aí que os jornais impressos começaram a perder publicidade para os novos meios. A solução foi uma reinvenção: as matérias ficaram mais aprofundadas, a apresentação visual foi repaginada e o conteúdo passou a ser mais especificamente direcionado, modificando, daí em diante, o modo de se fazer jornal.

3.2 Jornalismo Especializado

Conforme os novos meios de comunicação iam surgindo, logo se faziam previsões pessimistas sobre o futuro do jornal impresso. Foi assim desde o telégrafo

e tem sido assim até hoje, quando a internet extrapola a cada dia as dimensões da comunicação.

A chegada do rádio e depois da TV exigiu dos jornais diários novas maneiras de se aproximar do público por uma questão de sobrevivência. Para garantir sua permanência no mercado e, competir lado a lado com os atrativos dos novos meios, o jornalismo impresso descobre um novo caminho: o jornalismo especializado.

O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a essa lógica econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si. Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, o jornalismo especializado é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas. (ABIAHY, 2000, p.5)

Tavares (2009, p.115) diz que há três manifestações a respeito do jornalismo especializado:

1) a especialização pode estar associada aos meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo etc.) e 2) a temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc.), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc.).

Sendo assim, o jornalismo especializado, referido neste trabalho, será aquele associado a temas e também aos produtos resultantes da junção de ambos, pois aqui será tratado do jornalismo especializado no jornal impresso.

Erbolato (1981, p.11) entende por jornalismo especializado “[...] as secções ou páginas diversas de um matutino ou vespertino”.

Carvalho (2007) diz que uma das estratégias recorridas pelos jornais para concorrer com as mídias audiovisuais é a segmentação das informações, que são possíveis por meio dos suplementos, bem como a revistalização, que mistura o factual cotidiano ao jornalismo informativo semanal. Essas táticas elevam os suplementos, tornando-os não efêmeros, menos descartáveis do que o próprio jornal e transcendentais.

Os suplementos são a segmentação da informação, que surge como uma estratégia do marketing moderno para a manutenção dos jornais impressos no mercado. Essa segmentação informacional é perceptível nos jornais diários que, a

cada edição, levam para o público uma diversidade de suplementos (agricultura, negócios, informática, pós-graduação, turismo, economia etc.). (CARVALHO, 2007).

Alzamora (2009, p.3) conta que a cadernalização dos jornais surgiu a partir dos anos 1980:

A tendência de segmentação de assuntos, que resultou na 'cadernalização' dos jornais e na alteração dos perfis temáticos de cada editoria a partir dos anos 1980, foi gradativamente expandida até que, nos anos 1990, o jornalismo cultural deparou com um leque tão amplo de assuntos que sua especificidade se tornou opaca.

Bahia (1990, p.215) coloca que o conceito de segmentação é conhecido como jornalismo especializado, que é a “[...] informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando a notícia em caráter específico”.

Logo, o conceito de jornalismo especializado e segmentação do jornalismo serão tratados aqui como sinônimos. Abiahy (2000, p.9) defende que “As produções especializadas compreendem que justamente pelo excesso de informação que chega diariamente, o indivíduo sente necessidade de uma orientação para o que seja de seu maior interesse, por isso existe a busca crescente por materiais mais direcionados”.

3.2.1 Jornalismo especializado no Brasil

Ao contrário do se imagina, o jornalismo especializado no Brasil não tardou a chegar. Como esclarece Bahia (1990, p.93), logo depois da chegada da imprensa por aqui, a especialização já pode ser reconhecida: “Os jornais especializados também são antigos. [...]. Pouco depois da inauguração da Imprensa Régia e muito antes da conquista da liberdade de imprimir, circulam no Rio de Janeiro e na Bahia, acentuadamente, gazetas dedicadas às artes, à indústria, ao comércio e à agricultura”.

Mas foi na fase que Bahia (1990, p.94) chama de fase moderna do jornalismo no Brasil, que a segmentação conseguiu se destacar: “A imprensa feita para cobrir determinados públicos se reservou desde logo posição de destaque. Principalmente na fase moderna, ela goza de prestígio e conceito de penetração e campo de ação definidos”.

A crônica (de costumes) e o ensaio (político e literário) no lugar da reportagem são os primeiros indícios de jornalismo especializado por aqui, como demonstra Bahia (1990).

Para Gadini (2003, p.52) é a partir dos anos 1930 que o jornalismo passa a explorar setores específicos do público:

Assim também as empresas jornalísticas, à medida que se especializam e profissionalizam as relações produtivas, também passam a desenvolver e editar páginas, encartes dirigidos a usuários e consumidores mais diretamente interessados nesses variados setores: esporte, internacional, política, economia, cultura etc. Ao mesmo tempo, o crescimento urbano também foi forjando demandas de novos produtos, meios e periódicos que vão surgindo e delineando outros perfis de público, serviços e atividades de consumo.

O jornalismo cultural, objeto de estudo desta pesquisa, surge no Brasil como especialidade no início do século XX:

No início do século XX, os protótipos dos futuros cadernos de cultura são os representantes desse tipo de jornalismo. Euclides da Cunha é considerado um expoente dessa nova tendência com a obra *Os Sertões*. Os textos dele eram densos e apresentavam-se em forma narrativa e descritiva. As reportagens eram longas e não havia preocupação com o leitor. (CARVALHO, 2007, p.10)

Após a reforma gráfica do *Jornal do Brasil*, em 1956, o jornalismo especializado em cultura floresceu. É que com a reforma, foi criado o lendário Caderno B, o caderno de cultura do JB, imitado por praticamente todos os jornais do país que, com isso, também lançaram ou aperfeiçoaram seus cadernos de cultura.

Como fruto do processo de industrialização, o jornalismo foi dividido em categorias que compreendem alguns gêneros. No jornalismo cultural, há prevalência de uma categoria em especial, como será visto agora.

3.3 Categorias do Jornalismo

O jornalismo se adaptou às épocas e suas exigências. De panfletários, retóricos e carregados de opinião, passaram a valorizar a informação, a notícia, e o nariz de cera deu lugar ao *lead*.

Se o jornalismo é uma prática social para contar histórias, e o jornalista “[...] capta o mundo, conforma-o e informa-o através do dizer [...]”, como observa

Tavares (2007, p.42), há, hoje, maneiras diferentes de se contar essas histórias no jornalismo impresso. Se antes o leitor não conseguia distinguir o que era informação e o que era opinião, com a categorização ficou mais claro.

Erbolato (2008) pontua que a maneira de informar foi dividida em duas principais categorias, a informativa e a opinativa. Com isso, os jornais impressos ganharam mais credibilidade.

Mas a primeira tentativa de classificação foi feita no século XVIII:

No jornalismo, a primeira tentativa de classificação foi feita pelo editor inglês Samuel Buckeley no começo do século XVIII, quando resolveu separar o conteúdo do jornal *Daily Courant* em *news* (notícias) e *comments* (comentários). Para se ter uma ideia da dificuldade em estabelecer um conceito unificado de gênero, essa divisão demorou quase duzentos anos para ser efetivamente aplicada pelos jornalistas e, até hoje, causa divergências [...]. (PENA, 2010, p.66)

Depois disso, diversas divisões foram feitas e, dentro delas, agruparam-se gêneros jornalísticos. No Brasil, o pioneiro foi Luiz Beltrão e, inspirado em sua classificação, Melo (1994) apresenta a seguinte proposta:

A) Jornalismo informativo

1. Nota: relato de acontecimentos em processo de configuração.
2. Notícia: relato integral de um fato que já repercutiu na sociedade.
3. Reportagem: relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu na sociedade e produziu alterações notadas pela empresa jornalística.
4. Entrevista: relato que tem como ator um ou mais protagonistas do acontecimento.

B) Jornalismo opinativo

5. Editorial: gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa.
6. Comentário: opinião dada por um jornalista de peso, sobre fatos de menor importância que os do editorial, e com independência desse.
7. Artigo: matéria jornalística onde se desenvolve uma ideia e apresenta-se uma opinião.
8. Resenha ou crítica: apreciação das obras de arte ou produtos culturais, para orientar os consumidores.
9. Coluna: seção fixa, regular e assinada, com estilo mais pessoal e livre do que o noticiário comum.

10. Crônica: espécie de narrativa de uma circunstância observada pelo jornalista num determinado espaço de tempo.
11. Caricatura: ilustração com sentido opinativo.
12. Carta: espaço em que o leitor expressa sua opinião.

No jornalismo cultural, há predominância dos gêneros da categoria opinativa. Mas, antes de abordar o jornalismo cultural, é necessário compreender o que é cultura e como ela se manifesta na sociedade, como será discutido no próximo capítulo.

4 O QUE É CULTURA?

4.1 Conceitos e Considerações

Encontrar um conceito para cultura é tarefa que não tem fim. O termo é amplo e, no decorrer da história, recebeu vários significados e mais de um enfoque, estando longe de um conceito unânime entre os estudiosos. Esse estudo abre aqui um espaço para esta discussão já que a compreensão da cultura é primordial para se falar de jornalismo cultural.

Como conta Laraia (2013, p.53) “[...] o homem adquiriu, ou melhor, produziu cultura a partir do momento em que seu cérebro, modificado pelo processo primitivo dos primatas, foi capaz de assim proceder”.

Santos (1994, p.27) esclarece que o termo cultura é proveniente do latim e vem do verbo *colere*, que significa cultivar. Os romanos antigos ampliaram o significado para a referência pessoal, como uma expressão de cultura da alma.

Para a antropologia, a cultura “[...] preocupa-se com todos os aspectos de uma realidade social. Assim, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade” (SANTOS, 1994, p.24). Sobre essa concepção, ele ressalta que é mais usada para falar de “[...] povos e de realidades sociais bem diferentes das nossas” (SANTOS, 1994, p.24).

O antropólogo Rocha (2005, p.1), em *As Tramas da Identidade*, diz que umas das poucas verdades da antropologia é que “Todo e qualquer ser humano tem cultura”. E prossegue:

Apesar disso, muita gente ainda pensa que alguns seres humanos não têm cultura. Uma minoria crê, firmemente, que sua cultura é superior à dos outros. Outros, por se julgarem superiores, resolvem eliminar e subjugar os diferentes, tratando-os como inferiores. E uma grande maioria acostudou-se a pensar que não tem cultura alguma, ficando à mercê das elites ditas ‘cultas’.
(ROCHA, 2005, p.1)

Para o antropólogo, há equívocos que rodeiam a cultura quanto ao seu conceito, que vai do extremamente amplo (cultura é tudo aquilo que o homem acrescenta à natureza ou cultura é toda maneira de pensar, agir e sentir dos homens)

ao extremamente específico (cultura é erudição). “Com o uso indiscriminado ou interesseiro, a palavra cultura tornou-se expressão esvaziada”. (ROCHA, 2005, p.1)

Outra concepção de cultura se refere “[...] ao conhecimento, às ideias e crenças, assim como às maneiras como eles existem na vida social.” (SANTOS, 1994, p.24-25). O autor também faz considerações acerca de cultura superior e cultura inferior, assunto inesgotável em todos os debates sobre o assunto:

Não é superioridade ou inferioridade de culturas ou traços culturais de modo absoluto, não há nenhuma lei natural que diga que as características de uma cultura a façam superior a outras. Existem no entanto processos históricos que as relacionam e estabelecem marcas verdadeiras e concretas entre elas. (SANTOS, 1994, p.17)

Santos (1994, p.35) conclui que cultura pode ser considerada como “[...] todas as maneiras de existência humana”:

Cultura pode por um lado referir-se à alta cultura, à cultura dominante, e por outro, a qualquer cultura. No primeiro caso, cultura surge em oposição à selvageria, à barbárie; cultura é então a própria marca da civilização. Ou ainda, a alta cultura surge como marca das camadas dominantes da população de uma sociedade; se opõe à falta de domínio da língua escrita, ou à falta de acesso à ciência, à arte e à religião daquelas camadas dominantes. No segundo caso, pode-se falar de cultura a respeito de qualquer povo, nação, grupo ou sociedade humana. Considera-se como cultura todas as maneiras de existência humana. (SANTOS, 1994, p.35)

Williams (apud FRAGA, 2004, p.25) define cultura como “[...] sistema significante pelo qual necessariamente uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada”.

A cultura que caracteriza as sociedades humanas é organizada/organizadora via o veículo cognitivo da linguagem, a partir do capital cognitivo coletivo dos conhecimentos adquiridos, das competências aprendidas, das experiências vividas, da memória história, das crenças míticas de uma sociedade. (WILLIAMS apud FRAGA, 2004, p.25)

Teixeira (2002, p.2) arremata a discussão com a seguinte afirmação: “Quando pensamos em cultura, pensamos, portanto, em todas essas questões: a relação do homem sobre a natureza, o domínio, ou melhor, a consciência humana do tempo e a interação simbólica produzida por essa relação na dimensão passada, presente e futura”.

O pesquisador Hall (1997, p.10) diz que a cultura é o conjunto de diferentes sistemas de classificação e formações discursivas às quais a língua recorre para atribuir significado às coisas.

Cunha, Ferreira e Magalhães (2002) pontuam que, se cultura englobar tudo o que é produzido pela ação humana, o jornalismo cultural perderia sua razão de existir. Não haveria a necessidade de uma editoria específica para isso, já que cultura é tudo, está em tudo, ou seja, em todas as outras editorias. Frias (2001) complementa: “[...] poderíamos afirmar que o jornalismo é sempre cultural na medida em que exprime o gesto humanos dentro de contextos ideológicos, políticos, enfim, dentro da tessitura social e de relações”.

Maia (2013) entende que a cultura, de forma ampla, está ligada ao modo de vida de uma comunidade e é um meio para que os problemas do cotidiano sejam resolvidos. Já em um sentido mais restrito, Williams (apud MAIA, 2013, p.7), entende que a cultura “[...] designa o processo de cultivo da mente, que pode envolver um estado mental ou espiritual”.

Ainda Cunha; Ferreira e Magalhães (2002) observam que o jornalismo cultural utiliza um conceito restrito de cultura, diferente do abordado pela antropologia e, Maia (2013, p.7), pontua que para o jornalismo cultural interessa a concepção sociológica de cultura:

[...] muitos teóricos formularam conceitos de cultura, o que resultou em dois grandes grupos: o antropológico e o sociológico. Para o jornalismo cultural interessa o sociológico, para o qual, a cultura é um fenômeno amplo que está presente em toda a vida social. Podendo se apresentar de forma material, através de artefatos e objetos em geral. E de forma não-material que consiste no campo das ideias, através da arte, da ética, das crenças, dos conhecimentos e dos valores.

Recorre-se novamente a Santos (1994), que defende que a sociedade precisa de mecanismos culturais que transmitam mensagens para a maior quantidade de pessoas com maior rapidez. Esses instrumentos de transmissão da mensagem seriam, principalmente, o rádio, a televisão, a imprensa e o cinema. O autor também discorre sobre o papel dos meios na paisagem social moderna:

Eles penetram em todas as esferas da vida social, no meio urbano ou rural, na vida profissional, nas atividades religiosas, no lazer, na educação, na participação política. Tais meios de comunicação não só transmitem informações, não só apregoam mensagens. Eles também difundem maneiras de se comportar, propõem estilos de vida, modos de organizar a vida

cotidiana, de arrumar a casa, de se vestir, maneiras de falar e de escrever, de sonhar, de sofrer, de pensar, de lutar, de amar. (SANTOS, 1994, p.69)

Assim, fica clara a relevância do segmento jornalismo cultural como mediador da cultura e meio transmissor da mensagem cultural, pois a cultura é a matéria prima do gênero, como defende Maia (2013, p.2).

Como a cultura é a principal matéria prima do gênero, percebe-se que ao particularizar as pautas, acaba-se por não reconhecer a diversidade e complexidade das culturas. Muitas vezes, essa pluralidade não ocupa espaço na mídia por não fazer parte da formação do editor, que opta por repetir os temas já consagrados pelo mercado artístico e pelas políticas culturais.

Segura; Golin e Alzamora (apud MAIA, 2013, p.8) reforçam o papel mediador da imprensa e, em especial, do jornalismo cultural:

[...] independente de suas diretrizes editoriais, é certo que a imprensa reflete e, ao mesmo tempo forma certa concepção social de cultura. Por intermédio daquilo que elege como pauta e do destaque que dá a alguns fatos em detrimento de outros, interfere no consumo social dos bens culturais. Logo, a cobertura realizada pela imprensa dinamiza e documenta o campo artístico e cultural, age na formação de públicos e fornece parâmetros de valor para a interpretação da cultura de um determinado local e época. (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA apud MAIA, 2013, p.8)

Diante do exposto, estes pesquisadores entendem que o jornalismo cultural carrega a responsabilidade de afetar o *status quo* do indivíduo que o consome. E esta pesquisa pretende estudá-lo para que seja aplicado de maneira responsável, compartilhando a visão de Piza (2011, p.45), que diz que “[...] a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses”.

4.2 Cultura Popular, Cultura Erudita e Cultura de Massa

Sobre estas expressões, Chauí (2004) afirma que são consequências da divisão das sociedades capitalistas em classes sociais surgida no século XIX. Assim, a cultura e as artes foram divididas da seguinte maneira: erudita (ou de elite), própria dos intelectuais e artistas da classe dominante da sociedade; popular (ou ingênua), própria dos trabalhadores urbanos e rurais.

Depois, a cultura e arte populares receberam o nome de folclore (mitos, lendas e ritos populares, danças e músicas regionais populares, artesanatos etc.); e a arte erudita ou de elite passou a ser denominada “[...] o conjunto das belas-artes com as obras produzidas ou criadas no presente por artistas individuais, que se dirigiam a um público majoritariamente burguês, isto é, escolarizado, instruído e endinheirado, consumidor das obras de arte.” (CHAUÍ, 2004, p.289)

Com a sociedade industrial, houve um deslocamento de trabalhadores da zona rural para as periferias das grandes cidades, culminando naquilo que conhecemos como cultura e arte de massa, como explica Chauí (2004, p.289):

Tendo sido forçado a deixar o campo, a maioria desses trabalhadores também deixava para trás sua cultura e sua arte (que os intelectuais haviam denominado de folclore). Nas cidades, dois fenômenos aconteceram: por um lado, em seus bairros e locais de trabalho, os operários e suas famílias foram criando uma cultura e uma arte próprias, chamadas de populares; por outro, passaram a fazer parte da grande massa de consumidores dos produtos industriais para os quais começaram a ser reproduzidas, em larga escala, versões simplificadas e inferiores dos produtos e das criações da cultura e da arte de elite. Essa reprodução simplificada das obras eruditas deu origem ao que viria a ser conhecido com o nome de cultura e arte de massa.

Assim, continua Chauí (2004), hoje as artes são distinguidas da seguinte forma: folclore, tradições coletivas nacionais populares; popular, criações dos artistas da classe trabalhadora; erudita ou de elite, criações complexas e de vanguarda; e de massa, financiada por empresas que fazem reproduções simplificadas das obras da arte erudita e compram obras de artistas individuais para produção em escala industrial com destino ao mercado de consumo em larga escala. Isso tudo deu origem à indústria cultural, fenômeno que será discutido logo mais.

4.3 Indústria Cultural e Comunicação de Massa

O termo indústria cultural foi cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer em *A Dialética do Esclarecimento*, para indicar, como aponta Chauí (2004, p.290), “[...] uma cultura baseada na ideia e na prática do consumo de produtos culturais fabricados em série. A expressão indústria cultural significa que as obras de arte são mercadorias, como tudo o que existe no capitalismo”.

Melo (1991, p.21) lembra que “O jornalismo configura-se contemporaneamente como uma atividade singular da Indústria Cultural, assumindo a feição de um processo contínuo, transparente e veloz, determinado pela atualidade”.

Dentro do universo da comunicação, surge a comunicação de massa, expressão que segue os mesmos princípios da indústria cultural. A comunicação de massa, aponta Chauí (2004, p.293), refere-se “[...] aos objetos tecnológicos capazes de transmitir a mesma informação para um público muito amplo, isto é, para a massa”.

Para entender os efeitos que os meios de comunicação de massa produzem sobre a sociedade, é necessário compreender a indústria cultural que, como afirma Coelho (1995, p. 10), interfere na produção e no trabalho humano. Dessa forma, a cultura feita em série “[...] passa a ser vista não como um instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa” (COELHO, 1995, p.11).

Mas como apontam alguns estudiosos, há o lado positivo e o lado negativo na produção de cultura em série. Para Coelho (1995, p.23) o lado negativo é que os produtos da indústria cultural reforçam o conformismo social.

A indústria cultural fabrica produtos cuja finalidade é a de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplifica ao máximo seus produtos, de modo a obter uma atitude paternalista, dirigindo o consumidor ao invés de colocar-se à sua disposição. (COELHO, 1995, p.24)

Já o lado positivo está no fato das produções beneficiarem o desenvolvimento do homem. Dessa forma, a indústria não seria de alienação, como é o caso das crianças que dominam a linguagem mais cedo devido à televisão. (COELHO, 1995).

O jornalismo, pontua Piza (2011, p.45), como personagem da história de ampliação do acesso a produtos culturais “[...] precisa saber observar esse mercado sem preconceitos ideológicos, sem parcialidade política”. Dentro da função jornalística, Piza (2011, p.53) esclarece qual o dever da imprensa cultural:

[...] como a função jornalística é selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião, a imprensa cultural tem o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe. (PIZA, 2011, p.53)

Nesta pesquisa, busca-se um equilíbrio tal para que o jornalismo cultural produzido não seja submetido à indústria cultural de modo a oferecer um produto simplificado que possa alienar seus leitores; e nem tão distante disso, de modo que não se possa tirar proveito daquilo que os beneficie. O objetivo, acima de tudo, é lutar contra a estandardização cultural.

4.4 A Estandarização da Cultura

O processo de globalização, iniciado com as grandes navegações e o chamado mercantilismo, transformou, ao longo dos anos, a relação intercultural dos povos. A busca de novos mercados pelas indústrias e pelo comércio, e a facilidade de acesso à informação proporcionada pela evolução dos meios de comunicação, provocaram mudanças e alteraram os arranjos culturais das sociedades.

Como desde a criação do mundo a lei dos mais fortes prevalece sobre a dos mais fracos, as sociedades mais pobres e subdesenvolvidas sofrem a influência de sociedades imperialistas, que despejam seus produtos e impõem sua cultura. Com isso, as características culturais de algumas sociedades tendem a perder suas singularidades, resultando numa cultura homogênea.

Com a popularização da internet, as fronteiras foram diluídas num clique, colocando os meios de comunicação numa posição central como difusor de cultura.

Diante deste cenário, Hall (1997) observa que existe uma estandardização dos produtos culturais e que isso apaga as particularidades e diferenças locais produzindo uma cultura mundial homogeneizada, ocidentalizada:

[...] a tendência [...] de que o mundo se torne um lugar único, tanto do ponto de vista espacial e temporal quanto cultural: a síndrome que um teórico denominou de *McDonaldização* do globo. É, de fato, difícil negar que o crescimento das gigantes transnacionais das comunicações, tais como a CNN, a Time Warner e a News International tende a favorecer a transmissão para o mundo de um conjunto de produtos culturais estandardizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma 'cultura mundial' homogeneizada, ocidentalizada. (HALL, 1997, p.3)

A partir disso, Hall (1997, p.3) defende que “A cultura global necessita da ‘diferença’ para prosperar — mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial”.

A imprensa interfere no consumo social dos bens culturais quando elege uma pauta em detrimento de outra, agindo, assim, na formação de públicos. Dessa forma, ela é também responsável pela formação de uma cultura homogeneizada e, cabe a ela, rebater essa tendência.

O jornalismo cultural, que será estudado no próximo capítulo, é a editoria que aborda os bens culturais e tem, assim, no cerne de sua natureza, a responsabilidade social de escolher os melhores caminhos para que sua abordagem não contribua com essa homogeneização.

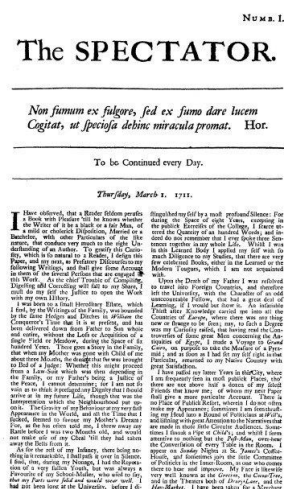
5 JORNALISMO CULTURAL

5.1 Conceitos e Origens

Alguns indícios de jornalismo cultural estão relacionados às sessões de variedades do século XVII e aos folhetins do século XIX. Como aponta Martín-Barbero (2001, p.183), folhetim era uma parte do jornal, o rodapé da primeira página, onde iam parar as variedades, as críticas literárias, as resenhas teatrais, e outras coisas.

Não há consenso na literatura sobre uma data de início do jornalismo cultural. Estudiosos convergem no que vem a ser seu grande marco: a fundação da revista diária *The Spectator*, em 1711, pelos ensaístas ingleses Richard Steele e Joseph Addison. Como conta Piza (2011, p.11), a revista foi criada com a finalidade de “tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés”. E conseguiram.

FIGURA 1 – Revista The Spectator, marco do jornalismo cultural



Fonte: History Today (2011)

A *Spectator* falava de livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política “[...] num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico” (PIZA, 2011, p.12).

A *Spectator* se dirigia ao homem da cidade, 'moderno', isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política. Sua ideia era a de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2011, p.12)

Ou seja, o jornalismo cultural como se conhece, dedicado à avaliação de ideias, valores e artes, tem início após o Renascimento, com a transformação da economia pelas máquinas, a invenção da imprensa e a propagação do Humanismo da Itália para a Europa. (PIZA, 2011).

O jornalismo cultural inglês impulsionou o movimento iluminista, que marcou o século XVIII, e lançou escritores como Jonathan Swift, autor de *Viagens de Gulliver*, e Daniel Defoe, que escreveu *Robinson Crusoé*. Tudo isso deu início a época de ouro do jornalismo europeu, que teve ampla influência na modernidade. (PIZA, 2011)

Além dos criadores da *Spectator*, Addison e Steele, outros ensaístas como Samuel Jhonson, William Hazlitt e Charles Lamb, foram nomes influentes do ensaio na Inglaterra. Samuel Jhonson, o dr. Jhonson, foi o primeiro grande crítico cultural, sendo considerado o pai dos críticos europeus, americanos e brasileiros. (PIZA, 2011)

Mas o ensaio e a crítica cultural ficaram mais influentes mesmo em meados do século XIX. Jhon Ruskin, por exemplo, era tratado como semideus. As críticas de Saint-Beuve estabeleceram um padrão para o jornalismo cultural e, depois dele, o jornalista cultural ganhou status. (PIZA, 2011)

De vento em poupa nos países europeus, o jornalismo cultural chegou aos Estados Unidos ainda no século XIX, tendo como maior expoente Edgar Allan Poe, hoje famoso por contos de mistério e poemas como *O Corvo*. Era reconhecido no país como o crítico e ensaísta que modernizou o ambiente intelectual da América. Os críticos americanos se multiplicaram na segunda metade do século XIX, tendo o romancista Henry James, como ensaísta e articulista que mais brilhou nos jornais em revistas. (PIZA, 2011)

O estilo da crítica cultural em periódicos começou a mudar no final do século XIX com a presença social adquirida pela imprensa. George Bernard Shaw, um irlandês crítico de arte, teatro, literatura e música no *Saturday Review* e no *The World*, brilhava com suas críticas. As publicações na sua coluna semanal repercutiam

em outros países, dando início a um novo modelo de jornalismo cultural. Piza (2011, p.17) aponta que com Shaw a crítica tomou outro rumo:

As críticas das artes saíram de seu circuito de marfim: Shaw as lançou no meio da arena social, exigindo que se comprometessem com as questões humanas vivas, mostrando, por exemplo, que uma ópera de Mozart era composta de muito mais elementos que as belas melodias e o figurino pomposo. O crítico cultural agora tinha de lidar com ideias e realidades, não apenas com formas e fantasias. (PIZA, 2011, p.17)

O jornalismo cultural, assim como o jornalismo moderno, descobre a reportagem e a entrevista e, “[...] das conversações sofisticadas de Addison e Steele até as resenhas incisivas de Zola, Kraus e Shaw, o jornalismo cultural tomou sua forma moderna”. (PIZA, 2011, p.19)

Em 1925, está o que pode ser considerado outro grande marco no jornalismo cultural: o lançamento da revista americana *New Yorker*. A revista revelou grandes críticos como Dorothy Parker e grandes escritores como J. D. Salinger. Foi responsável também por impulsionar o que se chamou de jornalismo literário: foi na *New Yorker* que Lilian Ross escreveu o famoso perfil do escritor Ernest Hemingway, em 1950, fundando o gênero jornalismo literário; foi na *New Yorker* que Truman Capote lançou, em 1959, *A Sangue Frio*, e com ele, a ficção moderna. (PIZA, 2011)

FIGURA 2 – Revista The New Yorker



Fonte: The New Yorker (2013)

Piza (2011, p.25) diz que nos anos 30 e 40 “[...] a política contaminou bastante o jornalismo cultural [...]” e, nesse período, Nova York passou a ser um centro

intelectual graças às revistas como a New Yorker. A grande concorrente da New Yorker é a *Esquire*, que tinha no seu time Aldous Huxley, Norman Mailer, Scott Fitzgerald e Gay Talese. Mailer e Talese são associados ao New Journalism, uma mistura de história verídica e ritmo ficcional. (PIZA, 2011)

Na segunda metade do século XX, a crítica passou a ocupar mais espaço nos grandes jornais diários e revistas de notícias semanais da grande imprensa. Foi nessa época que surgiram os cadernos diários e semanais de jornalismo cultural. “Posteriormente esses cadernos deram origem a diversos suplementos culturais, relacionados a recortes editoriais diversificados.” (ALZAMORA, 2009, p.2)

A segmentação de assuntos resultou na cadernalização dos jornais e na alteração dos perfis temáticos de cada editoria desde os anos 1980. “A partir dos anos 1990 o jornalismo cultural passou a se caracterizar menos pelo debate de ideias que pelo entretenimento e, em especial, pelo culto às celebridades. A perspectiva informativa tornou-se dominante, levando a certa padronização dos textos e das abordagens.” (ALZAMORA, 2009, p.3)

A internet tem se mostrado um vasto campo para o jornalismo cultural com todas as possibilidades que a plataforma multimídia oferece e, com isso, tem levantado novos desafios. “Com a internet, dá-se a proliferação de websites não jornalísticos de conteúdo cultural, que passam a cumprir função semelhante àquela desempenhada pelo jornalismo cultural ao longo do século XX” (ALZAMORA, 2009, p.3). Golin (2009, p.24) observa que:

[...] o jornalismo cultural situa-se numa zona heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos ou de mera divulgação os campos das artes, das letras, das ciências humanas e sociais, envolvendo a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. O espectro de alcance do jornalismo cultural é amplo sob o ponto de vista formal e de conteúdo. É possível considerar, nesse conjunto, desde uma revista literária de pequena circulação, o suplemento semanal de um jornal de grande tiragem, revistas especializadas em temáticas específicas (artes, música, cinema), cadernos diários reservados ao tempo livre e entretenimento, até revistas eletrônicas – cada vez mais frequentes na internet. (GOLIN, 2009, p.24)

O jornalismo cultural é uma especialização do jornalismo “[...] que domina as questões culturais da sociedade, as suas manifestações, os seus agentes, os seus mecanismos de expressão, a legislação e as políticas públicas e privadas de fomento.” (SOUZA, 2009, p.82)

Melo (apud JANUÁRIO, 2005, p.15) fala do jornalismo cultural como um formato híbrido, a partir dos núcleos de interesse do jornalismo:

[...] seus núcleos de interesse residem na informação (saber o que se passa) e na opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). Assim, os gêneros, definidos a partir da evolução dos acontecimentos e da relação entre os mediadores (jornalistas) e os protagonistas (personalidades ou organizações), se dividem em informativo (nota, notícia), reportagem e entrevista) e opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta). Por esta definição conceitual, o jornalismo cultural seria um formato híbrido que, apesar de essencialmente fundamentado na opinião do comentário, do artigo e da crônica, moderadamente também abre mão de recursos basicamente informativos, seja na notícia e na nota, como na reportagem e na entrevista.

No Brasil, o jornalismo cultural mantém características específicas não encontradas em publicações de outros países, como será visto agora.

5.2 Jornalismo Cultural no Brasil

Se o jornalismo cultural como especialidade surge no mundo no final do século XVII, como aponta Anchieta (2009, p. 53), no Brasil ele só se consolidaria dois séculos depois com Machado de Assis e José Veríssimo. Machado de Assis começou a carreira como crítico de teatro e polemista literário, escrevendo ensaios e fazendo resenhas dos romances de Eça de Queirós, e José Veríssimo foi o grande crítico do período. (PIZA, 2011)

As primeiras publicações brasileiras a abordarem temas culturais foram o Correio Brasiliense, de 1808, e a revista As Variedades, de 1822, ambos editados em Londres por Hipólito José da Costa e distribuídas clandestinamente em Salvador pelo livreiro Manoel Antônio da Silva Serva. (MAIA, 2013).

Depois de Machado de Assis e José Veríssimo, o crítico profissional e informativo ganha mais espaço, refletindo sobre a cena literária e cultural. Muitos escritores passaram pelo jornalismo e pela crítica devido às dificuldades de viver de literatura no Brasil. (PIZA, 2011)

FIGURA 3 – Correio Braziliense: primeiro jornal Brasileiro a abordar o jornalismo cultural



Fonte: Observatório da Imprensa (2008)

O Movimento Modernista de 1922 agregou qualidade à crítica literária e de arte. Mário de Andrade teve participação notável como crítico e ensaísta, escrevendo sobre música, literatura, artes visuais, folclore e políticas culturais, sendo colaborador, entre outras, da revista *O Cruzeiro*, de 1928, que marcou época e lançou o conceito de reportagem investigativa. (PIZA, 2011)

No Brasil, o jornalismo cultural [...] ganha expressão máxima em 1928, com a criação da revista *O Cruzeiro*, que teve como colaboradores, entre outros, José Lins do Rêgo, Vinicius de Moraes, Manuel Bandeira, Rachel de Queiroz e Mário de Andrade e era ilustrada por Di Cavalcanti e Anita Malfatti. (ANCHIETA, 2009, p.54)

Piza (2011) afirma que *O Cruzeiro* foi a revista mais importante do Brasil durante os anos 1930 e 1940, por sua capacidade de falar a todos os públicos. Também nos anos 1940, Samuel Wainer lança a revista literária *Diretrizes*, apesar do jornalismo literário não ter tradição no Brasil. Por outro lado a crônica caiu no gosto nacional e sempre teve espaço fixo nas seções de jornais e revistas, sendo uma marca do jornalismo cultural brasileiro. Teve como representantes: Machado de Assis, João do Rio, Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Paulo Mendes Campos, Otto Lara Resende, Carlos Heitor Cony e outros. (PIZA, 2011)

Foi também nos anos 1940 que teve início a grande época da crítica brasileira, se estendendo até o fim dos anos 1960. Nesse período, se destacaram Álvaro Lins e Otto Maria Carpeaux, os dois do *Correio da Manhã*. Como redator-chefe,

Álvaro Lins estabeleceu o Rodapé Literário fazendo crítica impressionista, onde o escritor descreve em primeira pessoa suas impressões sobre o livro. Carpeaux fez no Brasil o que fez a *The Spectator* na Inglaterra, tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas. (PIZA, 2011)

Nos anos 1950, o Correio da Manhã lançou o Quarto Caderno, um suplemento de cultura dominical, por onde passaram Paulo Francis, Carlos Heitor Cony, Nelson Rodrigues, Ruy Castro e Sergio Augusto.

Mas se o marco do jornalismo cultural no mundo é a criação da revista inglesa *The Spectator*, no Brasil, o lançamento do Caderno B, do Jornal do Brasil, é o seu equivalente. Foi em 1956 que o Jornal do Brasil começou sua modernização, que culminou na reformulação gráfica e visual e com o lançamento do Caderno B, seu caderno de cultura. O artista plástico Amílcar de Castro foi convidado para fazer as mudanças e, foi assim, que o Caderno B tomou forma. Como destaca Dapieve (2002, p.95), o B nasceu “Destinado a não apenas tratar de cultura, mas também a ser, ele próprio, um produto cultural.”

Reunindo os mais significativos representantes da cultura nacional em suas páginas, como Ferreira Gullar, Clarice Lispector, Bárbara Heliodora e Décio Pignatari, entre outros, o caderno tornou-se uma referência para a crítica cultural de sua época e até hoje é lembrado como ponto alto da prática do bom jornalismo cultural. (ANCHIETA, 2009, p.55)

FIGURA 4 – Capa da primeira edição do Caderno B, de 15 de setembro de 1960



Fonte: Jornal do Brasil (2010)

Daí em diante, o Caderno B passou a ser referência na imprensa brasileira e a influenciar a criação de suplementos culturais nos jornais do país (DAPIEVE, 2002). Piza (2011) acrescenta que o B foi o precursor do moderno jornalismo cultural brasileiro.

Em 1956, inspirado pelo Caderno B, O Estado de S. Paulo lança o Suplemento Literário, dirigido por Décio de Almeida Prado e se destacando na época como importante mediador dos fatos (MAIA, 2013, p.5). O modelo adotado pelo Suplemento foi seguido por todos os cadernos de livros, como aponta Piza (2011).

A década de 1960 é considerada a época de ouro do jornalismo cultural brasileiro e, Paulo Francis, o nome mais recorrente. Tendo iniciado sua carreira com crítico teatral no Diário Carioca, em 1957, se tornou a estrela do Última Hora durante três décadas. Também escreveu para as revistas Senhor e *Diners* e para O Pasquim, em 1969, ao lado de Ziraldo, Jaguar, Millôr Fernandes e Sergio Augusto. Também foi comentarista na Rede Globo e participante de mesa-redonda no GNT. (PIZA, 2011)

Entre 1980 e 1990, os jornais paulistas Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo consolidaram seus cadernos culturais diários, a Ilustrada e o Caderno 2, que serviram de referência para a maioria dos atuais jornais brasileiros. (PIZA, 2011, p.40)

A Ilustrada, de acordo com Piza (2011, p.40), “[...] ficou famosa pelo seu gosto pela polêmica [...] e por sua atenção à cultura jovem internacional, então em plena ebulição”. Também mantinha críticos e articulistas brilhantes, e reportagens de tom autoral. Piza (2011, p.41) observa que essas características se mantiveram até meados dos anos 1990, “[...] quando o peso relativo da opinião diminuiu sensivelmente, e a agenda passiva começou a se tornar dominante”.

FIGURA 5 – Ilustrada, edição de 1º de janeiro de 1989



Fonte: Quadrinhos no Brasil 80/90

O Caderno 2 teve seu auge no final dos anos 80. “Enquanto a Ilustrada dava mais atenção ao cinema americano e à música pop, o Caderno 2 fazia uma dosagem maior com literatura, arte e teatro”. (PIZA, 2011, p.41)

FIGURA 6 – Caderno 2, O Estado de S. Paulo, de março de 1986



Fonte: Estadão (2011)

Piza (2011) chama a atenção para a presença, nos anos 1990, de assuntos fora das sete artes (literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema), como moda, gastronomia e design.

Para Melo (2009, p.23-24) “[...] jornalismo cultural brasileiro é uma categoria que emergiu nos anos 1980, como sucessora do jornalismo literário,

principal responsável pela disseminação das críticas culturais, durante a primeira metade do século 20”.

Os anos 1980 protagonizaram transformações políticas e socioculturais pelos quais o país passou durante seu processo de redemocratização, após 21 anos sob ditadura militar – 1964 a 1985. Na época “[...] o declínio ou desaparecimento dos suplementos dirigidos pelos grandes intelectuais dá lugar ao surgimento dos cadernos de variedades que atendem às demandas de consumo cultural das classes médias”. (ASSIS, 2011, p.8-9)

Como característica intrínseca do jornalismo cultural brasileiro, está o fato de ter florescido em cadernos e suplementos, diferente de outros países:

No exterior, esse tipo de jornalismo fica restrito a um caderno semanal nos grandes diários ou a revistas especializadas, independentes (tipo a londrina *Time Out* ou a *Pariscope*). Notícias sobre cultura, lógico, são publicadas todos os dias, com o devido espaço e grande repercussão, mas não em sessões especiais, em separado, com as mesmas características conceituais dos cadernos brasileiros tributários do B. (DAPIEVE, 2002, p.95)

Gadini (2003, p.54-55) entende que o surgimento da editoria está relacionado ao crescimento no índice de alfabetizados e à chegada da indústria cultural no país, respondendo a uma demanda de novos leitores.

5.2.1 Estrutura dos cadernos culturais no Brasil

Estudiosos costumam apontar o desaparecimento da crítica, o agendismo e o culto às celebridades, além de outros fatores, como desencadeantes de uma crise vigente no jornalismo cultural. Desta forma, faz-se necessário um estudo de conteúdo dos cadernos de cultura brasileiros com o propósito de verificar seu teor.

Gadini (2006) observa, numa amostra de 20 diários, que três possuem formato tabloide e, o restante, mantém o formato *standard*. A média de páginas diárias dedicadas à cultura nos impressos é de 6 a 12, quando no formato *standard*, e entre 12 e 16, quando o formato é tabloide, divididas do seguinte modo:

[...] (1) matérias jornalísticas – notícia, reportagem, entrevistas diretas, além de eventuais breves notas; (2) crítica cultural, que inclui, na maioria dos casos, espaço para um articulista por edição, com texto em forma de artigo, ensaio ou crônica, dependendo do diário; (3) coluna social; (4) serviço e roteiro, com sinopses de filmes em cartaz, endereço de salas, programação de teatro na cidade base, roteiros de museus, centros culturais, bares e

demais espaços com atividades artísticas e culturais; (5) programação ou guia de TV, com destaque para filmes do dia, seriados em exibição e informações sobre atores de telenovela, geralmente nos canais da televisão aberta; e (6) variedades. (GADINI, 2006, p.234)

A respeito dos temas veiculados, o autor (2006) indica que de 50% a 70% das matérias diárias abordam assuntos locais ou regionais como: eventos, lançamentos ou questões de seu interesse e sua abrangência geográfica. Nos jornais do eixo Rio-São Paulo, o número de matérias com assuntos locais variam de 80% a 100%. (GADINI, 2006)

As matérias publicadas se aproximam das reportagens de revistas semanais e da estrutura da crítica, porém não desconsideram a informação com *lead*, atualidade e gancho factual e nem a lógica de serviço. Ou seja, o jornalismo cultural nos diários brasileiros é pautado pelos critérios de noticiabilidade: periodicidade, atualidade, universalidade, difusão, proximidade. (GADINI, 2006)

A crítica ainda é presente nos cadernos diários de cultura. A maioria deles veicula pelo menos uma crítica por edição, um texto de articulista que, na maioria dos casos, são ensaios apresentados como crítica, artigo ou análise. Mas o que mais se aproxima desses textos é o comentário. (GADINI, 2006)

A Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo dedicam mais espaço à crítica cultural e aos articulistas: uma média de duas críticas, além dos articulistas na Folha, e três críticas no Estado. O Estado de Minas também publica duas críticas culturais e tem dois articulistas por edição e, O Globo, publica duas críticas por dia. (GADINI, 2006)

Também presente nos cadernos culturais diários brasileiros está a coluna social, repetidamente apontada por estudiosos como descaracterização do jornalismo cultural.

[...] a coluna social parece manter uma tradição herdada das revistas de variedades, com pequenas notas, comentários e frases de efeito, cercando imagens do que, em geral, é apresentado como 'flashes da vida social' das cidades-polo da região geográfica de abrangência de edição e circulação dos diários. Imagens festivas, comemorações, lançamentos, exposições, aniversariantes, homenagens e afins... tudo parece ser (bom!) motivo para ocupar os espaços das colunas sociais diariamente mantidas pelos cadernos culturais dos jornais brasileiros. (GADINI, 2006, p.236)

Curiosamente, na Gazeta do Povo, de Curitiba, as colunas sociais não estão especialmente vinculadas ao caderno de cultura, mas distribuídas entre o

primeiro e o último caderno, com exceção do Caderno G, de cultura. Gadini (2009) ainda observa que nas edições dominicais o espaço dedicado ao colunismo social aumenta consideravelmente.

Outra modalidade presente nos cadernos culturais diários no Brasil são os roteiros culturais e os filmes em cartaz na semana. Os espaços variam entre uma e duas páginas e meia no formato *standard*, sendo que os cadernos do eixo Rio-São Paulo são os que dedicam maior espaço. Gadini (2006), além de outros estudiosos, chamam essa perspectiva de jornalismo de serviço.

A programação de TV também encontra lugar nos cadernos culturais que dedicam até duas páginas *standard* para a programação televisiva diária, geralmente oriunda de assessorias de imprensa. Em alguns casos há críticas e análises dos programas. Gadini (2009) acredita que esse contexto “[...] indica uma lógica editorial e, pois, discursiva, nas quais os cadernos culturais também se tornaram televisivos, em especial e de modo crescente ao longo das últimas três ou quatro décadas”. Além disso, há outra questão envolvida:

[...] a constante presença de pautas televisivas nos cadernos culturais está associada ainda a outro fator de mercado; vários dos principais diários do país integram grupos empresariais de comunicação que, por sua vez, incluem redes ou emissoras de televisão. Ocorre, assim, um agendamento recíproco, ou interagendamento, no qual os programas televisivos têm destaque nas páginas dos jornais, que também são objetos de anúncio, referência ou mesmo fonte em programas de notícias e variedades das respectivas emissoras de TV; sobretudo no sistema aberto de transmissão. (GADINI, 2006, p.238)

As variedades, horóscopo, palavras cruzadas, jogo dos sete erros, tirinhas, numerologia, piadas, jogos e outras coisas, ocupam entre 10% e 15% do espaço nos cadernos culturais. Gadini (2006) atribui à presença desta modalidade nos cadernos como “[...] uma tradição do jornalismo brasileiro que, herdado das revistas, hoje ocupa as páginas dos diários, como forma de manter o interesse de um determinado segmento de leitores do periódico, seguindo uma perspectiva de oferta de entretenimento ao leitor”.

Por fim, conclui Gadini (2006), que 50% do espaço dos cadernos culturais diários são ocupados com a publicação de roteiros, programação televisiva e colunas sociais. Se forem incluídas as variedades, o percentual aumenta para até 60%. Nos jornais populares, dedicados às classes C e D, este espaço é ainda maior.

5.3 Crise no Jornalismo Cultural

Desde seu nascimento, o jornalismo cultural vivenciou inúmeras transformações. Há algum tempo, pesquisadores alertam sobre uma crise vivenciada pelo segmento, apontam raízes e propõem soluções. Desta forma, procurou-se apresentar aqui os fatores mais citados pelos estudiosos do assunto.

Piza (2011), talvez o nome mais citado no Brasil quando o assunto é jornalismo cultural, identifica essa crise a partir de meados do século XX e aponta o surgimento dos meios de comunicação de massa como desencadeante desse processo. Com o rádio, a TV, o cinema e a produção de obras culturais em escala, os hábitos e valores das classes sociais sofreram impacto.

Piza (2011) ainda reforça que o jornalismo cultural acompanhou a ampliação da indústria cultural, pois as revistas de cultura se multiplicaram a partir dos anos 20 e, as seções culturais da imprensa diária ou semanal passaram a ser obrigatórias.

O jornalismo é resultado de um processo industrial e, por isso, está sujeito a limites e imposições. As próprias exigências de produção e técnicas de padronização, como divisão de trabalho e padrões de tempo e espaço levam a uma “[...] despersonalização da criação e da invenção” (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, p.4). Mas por ser movido por acontecimentos e novidades, garante uma diferenciação constante entre seus produtos.

O jornalismo cultural sofre o impacto da industrialização e consequentemente da mercantilização. Isso se reflete na relação do artista com a indústria cultural, pois este sofre com o dilema de colocar ou não sua obra no mercado, podendo, assim, orientar seu trabalho em função do mercado. Daí a semelhança entre o processo de produção, difusão e consumo da arte com o processo de produção, difusão e consumo de notícias. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, p.5)

Os cadernos de cultura adotam uma postura dúbia diante da indústria cultural e da cultura popular, o que para Cunha; Ferreira e Magalhães (2002, p.9), “[...] termina por influenciar o estabelecimento de pautas, o trabalho de reportagem, crítica e edição”. Ainda de acordo com Cunha; Ferreira e Magalhães (2002, p.10), o resultado é que “[...] o enfoque dos cadernos culturais se volta, exageradamente, para os produtos culturais, menosprezando os processos culturais”.

Dapieve (2001, p.175) acredita que nos cadernos culturais de hoje “[...] você informa muito e opina pouco, ao contrário do que era em grande medida a imprensa cultural da década de 1970, começo dos anos 1980”. Nos cadernos diários, superar os limites impostos pelo ritmo industrial fica mais difícil. Em revistas mensais, há maior independência com relação às agendas, como observam Cunha, Ferreira e Magalhães (2002).

A submissão ao mercado e aos interesses da indústria cultural fez-se necessária desde o momento em que os jornais se compreenderam como empresas e dependentes das preferências do leitor.

Januário (2005, p.53) conta que esse modelo foi copiado do jornal americano *USA Today*, “[...] nas opiniões dos mais radicais, um ‘jornaleco de notícias resumidas feitas para quem não quer ler, para o telespectador’”. E os cadernos culturais não ficaram fora disso.

Os cadernos diários de cultura passaram, portanto, a ser grandes vitrines do mercado cultural onde se tem os objetos mas não a reflexão sobre eles e o contexto onde se encontram. Isto significa que apesar da importância dada à informação de atualidade, por outro lado, se estabelece a mesma carência existente no restante do jornal no que se refere à produção de matérias mais interpretativas, como as grandes reportagens. O caráter de guias de consumo fica claro através da segmentação não só em cadernos mas dentro das páginas de cultura: a música não se relaciona com o cinema, que não fala com o teatro que passa longe das artes plásticas. É uma espécie de colcha de retalhos, mas sem a costura final. A retórica que transparece dentro dos cadernos de cultura diários é o do espetáculo. Há cada vez menos espaços para a reflexão e leitura. Os textos são reduzidos forçando o repórter a escrever um estilo quase telegráfico. (SILVA, 1998, p.151)

Alzamora (2009, p.2), coloca que “[...] a influência televisiva no jornalismo cultural impresso resultou no entrelaçamento cada vez mais evidente entre informação jornalística e entretenimento. Como resultado, o debate de ideias, uma das marcas históricas do jornalismo cultural, perdeu espaço”.

Nesse aspecto, o conteúdo veiculado nos cadernos de cultura deixa de ser mediador da cultura para ser mero divulgador da agenda de celebridades e guia de consumo da indústria cultural:

[...] em termos de conteúdo, a afirmação é corroborada pelas opiniões dos próprios críticos, ao avaliarem de forma geral que nosso ‘jornalismo cultural – melhor dito, de show business – rendeu-se ao mais nefasto populismo, à cínica lógica do sucesso, ao culto ao voyeurismo e à bajulação de celebridades, quando poderia tentar ser um bastião iluminista, um fórum de

ideias, uma vitrine para talentos sem trânsito fácil na indústria cultural'. (JANUÁRIO, 2005, p.48)

A crise vigente no jornalismo cultural diz respeito ao seu objeto, a sua definição, a sua razão de existir:

Diante das mudanças paradigmáticas, o jornalismo especializado entra em crise. Ou seja, se não pudéssemos mais definir o jornalismo cultural como uma cobertura temática (música, artes plásticas etc.), o que, afinal, o configuraria? Ou, se tomássemos outro caminho acreditando que tudo é cultura, o que justificaria dedicar um espaço próprio para o jornalismo cultural nos meios de comunicação? Pois, pensando assim, os outros cadernos, como Política, Economia etc., já cumpririam a cobertura dos elementos culturais. (ANCHIETA, 2009, p.57)

A dicotomia cultura de massa x cultura erudita levou o jornalismo cultural a uma crise de identidade a procura de um terceiro caminho:

Dessa forma, os dois caminhos adotados até então para definir o jornalismo cultural ora recorriam à ideia de cultura como 'cultura erudita' (desqualificando, em contrapartida, os produtos da indústria cultural), ora se perdiam em uma definição muito ampla e pouco elucidativa do que seja cultura, tornando ambos insuficientes. É neste momento que o jornalismo cultural se vê diante da necessidade de trilhar um terceiro caminho. Eis a crise de identidade do jornalismo cultural. (ANCHIETA, 2009, p.58)

O fato de os jornais estarem sempre à procura do lucro, fez com que o furo jornalístico estivesse sempre na frente das pautas do jornalismo cultural. Isso, de acordo com Dapieve (2002, p.100), deixou os profissionais com pouco espaço para ousar e, "[...] um conjunto de profissionais sem ousadia só pode fazer um caderno cultural sem a ousadia de fazer diferente".

Já Piza (2011) aponta três fatores como responsáveis pela crise: o excessivo atrelamento à agenda; o tamanho e a qualidade dos textos, que se restringem à publicação de releases e a informações mais ralas; e a marginalização da crítica, de acordo com ele, sempre secundária a esses anúncios, com poucas linhas e pouco destaque visual, mais embasada em palpites maus fundamentados, mesmo havendo espaço para a fundamentação (PIZA, 2011).

A crítica cultural, hoje cada vez mais rara nos cadernos culturais, é apontada pelos estudiosos como o DNA do jornalismo cultural, e uma das receitas para que se resgate um jornalismo cultural relevante:

A crítica, por sua vez, é um gênero impuro pela própria fluidez de seu objeto. Entretanto, não há como se definir o jornalismo cultural sem a crítica, pois tal procedimento equivaleria a falsificá-lo, seria reduzi-lo à simples informação, a um agendismo inócuo, e privá-lo de alguns de seus principais componentes: a argúcia sobre o tempo e a reflexão sobre a experiência. O jornalismo cultural pode não ser (sempre) arte, e já quase não duvida, mas ele deve respeitar a arte transformadora que o justifica e a cultura vibrátil que o abriga. (JANUÁRIO, 2005, p.16)

Piza (2011, p.53) também fala sobre os cadernos culturais diários, que produzem conteúdo diferente dos suplementos semanais, “[...] mais focados em livros, também em artigos sobre ciência ou textos longos sobre cultura em geral”. O autor (2011, p.53) ainda observa que não vê problema algum na divisão entre cadernos diários e cadernos semanais, pois “Qualquer pesquisa de leitura mostra que o jornal de fim de semana é lido com mais vagar, por razões óbvias, e que no dia a dia a tendência é ser mais enxuto e informativo”. Ainda para Piza (2011), o incômodo está na abordagem, como mostra a seguir:

Os cadernos diários estão cada vez mais e mais superficiais. Tendem a sobrevalorizar as celebridades, que são entrevistadas de forma que até elas consideram banal (“Como começou sua carreira?” etc.), a restringir a opinião fundamentada (críticas são postas em miniboxes nos cantos da página; a destacar o colunismo (praticado cada vez menos por jornalistas de carreira); e a reservar maior espaço para as “reportagens”, que na verdade são apresentações de eventos (em que se abrem aspas para o artista ao longo de todo o texto, sem muita diferença em relação ao press-release). Os assuntos preferidos, por extensão, são o cinema americano, a TV brasileira e a música pop, que dominam as tabelas de consumo cultural. (PIZA, 2011, p.53)

Por outro lado, os cadernos semanais pecam em outros aspectos:

[...] quando não cedem para o estilo jornalístico dos cadernos diários, esquecendo que sua função seletiva deve ser exercida com mais fundamentação ainda, estão presos ao esquema das resenhas encomendadas a professores universitários, que não raro pecam pela escrita burocrática e lenta, com excesso de jargões e falta de clareza. (PIZA, 2011, p.53)

Apesar da crise que atravessa o jornalismo cultural, é provada a importância que ele tem no cotidiano das pessoas. Barreto (2006) discorre sobre esta relevância para o leitor, e reafirma a existência de um público interessado em matérias de qualidade, o que explica o fato desses suplementos serem uma das sessões mais lidas do jornal.

Assis (2008) reitera a importância e demanda do jornalismo cultural a partir de uma necessidade das pessoas de ter conhecimento do que está acontecendo pelo mundo. Para ele, essas pessoas precisam de assuntos úteis para os momentos de lazer e esses temas não se resumem a notícias de política, economia, saúde e polícia, pois esses indivíduos são carentes de informações sobre artes, espetáculos, livros e outros assuntos referentes à cultura.

5.3.1 O jornalismo de serviço

Quando se fala em crise no jornalismo cultural, se fala em sua descaracterização pela agenda ou serviços. Gadini (2003) diz que essa tendência surge com o jornalismo de revista, e que trata o leitor como consumidor. Para o autor (2003, p.52) jornalismo de serviço é:

Um expressão e tendência que surge bastante ligada ao jornalismo de revista, onde a matéria ou notícia aparece, na maioria das vezes, associada a uma orientação ou serviço de esclarecimento ao leitor, buscando auxiliar nas opções de compra, escolha, direitos existentes, mas nem sempre garantidos, dicas sobre endereços, horários, atividades e eventos programados, dentre outras formas de orientação que o jornalismo passou a incorporar na produção contemporânea da informação periodística.

A produção de roteiros, guias de consumo, endereços, listas e dicas são características deste jornalismo que, de acordo com Januário (2005, p.40), consolidou-se nos anos 1990:

[...] o formato dos guias de consumo consolidou-se nos anos 90 atrelado à agenda de eventos e exclusivamente interessado na divulgação das novidades da crescente produção artístico-cultural. Juntando roteiros gastronômicos, endereços de estabelecimentos, sinopses, grades e tabelas, comentários, dicas e listas, este formato ganhou cadernos exclusivos nos principais jornais, mas nem por isso desgarrou-se das páginas dos cadernos de cultura, onde por vezes ocupa o espaço da crítica e da resenha. Estes guias são o resultado final do desenvolvimento de um modelo que, com a evolução da indústria de bens culturais e com o crescimento do público consumidor, representou uma nova modalidade informativa surgida nos diários brasileiros: o jornalismo de serviço (JANUÁRIO, 2005, p.40).

O jornalismo de serviço parece ter surgido da necessidade das empresas jornalísticas como opção às crises financeiras, agravadas pelo destino dos recursos publicitários em maior parte à TV. Sobre isso, Gadini (2003, p.84) diz:

Assim como a Era do Rádio criou a demanda de revistas impressas que tematizavam a vida de astros do som e do rádio-teatro, a TV [na atualidade] passa a agendar as páginas da editoria de cultura com a programação do dia/semana, que merece comentário, crítica ou ilustração. É o efeito de serviço que o jornalismo impresso, por vezes, reivindica no interagendamento temático do campo cultural.

Defensores do jornalismo cultural apontam que parte da crise editorial se deve ao fato de submeter essa área ao jornalismo de serviço. A submissão à agenda é extremamente medíocre, como afirma Werneck (2007). O autor defende que o jornalismo de serviço é sempre pautado pela agenda, ou seja, o jornalista faz uma matéria sobre determinada exposição simplesmente porque ela está acontecendo, quando deveria ser feita independentemente dessa situação.

Os estudiosos do jornalismo cultural atribuem a subordinação ao jornalismo de serviço parte da responsabilidade pela crise na editoria. Werneck (2007, p.70) explica que o que torna a submissão à agenda uma “atitude de extrema mediocridade” é o fato de o jornalista fazer uma matéria sobre uma exposição apenas porque ela está acontecendo. Pois, se não acontecesse, não se escreveria sobre aquele artista. Para o autor, a matéria sobre a obra do artista deveria existir independente se a exposição estivesse acontecendo ou não. E não é o que acontece com o jornalismo cultural de serviço, sempre pautado pela agenda.

5.3.2 Impactos das inovações tecnológicas e mídias digitais

Sempre que um novo meio de comunicação surge, previsões assustadoras sobre a morte dos meios vigentes aparecem de todos os lados, em especial quando se convive com as novidades trazidas pela internet e as novas mídias digitais. O jornal impresso recebeu sentenças de morte desde o aparecimento do rádio. Isso fez com que atitudes fossem tomadas para que sua sobrevivência fosse garantida, influenciando no conteúdo e na forma de fazer jornalismo.

O século XXI inicia-se para o jornalismo impresso diário sob o signo das mudanças decorrentes das transformações tecnológicas ocorridas nos últimos anos. A crescente participação da Internet como fonte de informação e a consequente diminuição da importância dos jornais junto ao público leitos os tem levado a repensarem a forma como são feitos e a forma como se relacionam com seus públicos, o que redundará também numa busca por uma nova enunciação para o discurso jornalístico. (FREIRE, 2009, p.292)

Uma das saídas encontradas pelos jornais para continuar atraindo o leitor, foi investir no design do jornal. É nos cadernos culturais que o design é mais explorado, pois se encontra maior flexibilidade para ousadias no campo visual.

O design jornalístico vem para potencializar este discurso, organizar os conteúdos, criar identidade, atrair a atenção do leitor e construir o sentido pela relação entre as diversas matérias significantes (verbo-visuais) que compõem o jornal. O design é, portanto, um dos componentes da enunciação jornalística, não só como um elemento de persuasão ou sedução do leitor mas também como constituinte com potencial informativo, que antecipa características de gêneros, organização temática, valor-notícia, e influi na construção do jornal como dispositivo de enunciação. (FREIRE, 2009, p.292)

Outra realidade incorporada pelo jornalismo impresso após o advento da internet foi a fragmentação do texto, uma estratégia para atrair o leitor, agora acostumado a lidar com hipertextos e a dinâmica do ambiente virtual. E é no jornalismo cultural que essas experiências encontram maior espaço.

Quanto à fragmentação do texto, esta é uma tendência que vem crescendo ao longo da história do jornalismo, e que atingiu o auge com o advento do computador como ferramenta de produção jornalística. Tal estratégia ganhou força também em função da Internet e por influência desta no modo de leitura atual. A enunciação jornalística de hoje busca atingir os leitores habituados à leitura hipertextual, não-linear, fragmentada em diversas janelas que se abrem na tela. Para tanto, fragmentam-se os conteúdos em pequenas peças explicativas, informativas ou opinativas, criando mais pontos de entradas para o texto. (FREIRE, 2009, p.294)

O jornalismo cultural impresso é um campo de experimentações em todos os sentidos. Aberto às novas experiências, como sempre foi, é terreno fértil às novidades que a globalização oferece, sabe e pode sobreviver e garantir espaço junto aos outros meios.

6 OS FORMATOS DOS JORNAIS IMPRESSOS

6.1 Origem dos Formatos

No capítulo 3 deste trabalho, quando foram abordados os primórdios do jornalismo, sua gênese e evolução, ficou claro que o jornal impresso foi o primeiro veículo jornalístico a se desenvolver. Para isso, a invenção do papel, da tipografia e dos tipos móveis em metal, foram primordiais.

A tipografia só passou a ser usada na impressão de jornais após cento e cinquenta anos de sua invenção, sendo utilizada, enquanto isso, para imprimir livros. Talvez por isso, os primeiros jornais tinham formato similar ao dos livros naquela época, até porque, ambos eram impressos pelos mesmos processos e equipamentos, como observa Pacheco (2011).

Com a evolução das técnicas de impressão, as diferenças entre um e outro foram tomando forma.

Do ponto de vista histórico, sua conformação gráfica se inicia com uma distinção em relação ao livro e compreende a ampliação do tamanho das páginas, introdução do título no cabeçalho da capa, destaque para a periodicidade e distribuição do texto em várias colunas. Tendo em vista que as características materiais se estabelecem gradualmente mediadas pela qualificação das técnicas de composição e impressão, podemos assinalar ainda outros marcos fundamentais na transformação de sua visualidade. (GRUSZYNSKI; AMARAL, 2011, p.151)

As gazetas, embriões dos jornais de hoje, eram apresentadas “[...] em quatro páginas em frente e verso, dobradas ao meio, com um pequeno fólio, de vinte centímetros de altura e quinze de largura” (PENA, 2010, p.34).

Com a Revolução Industrial, surge a máquina a vapor e as novas tecnologias de impressão, o que aumentava substancialmente a tiragem dos jornais. Assim, as empresas precisavam conquistar novos leitores para vender o excedente.

Novos conteúdos com maior apelo como “[...] histórias de amor e romances para as mulheres e matérias sobre esportes e política para os homens”, foram incorporados aos jornais, obrigando-os a expandir seu tamanho. (PACHECO, 2011, p.33)

Na Inglaterra do século XIX, o imposto do selo era cobrado por cada folha de quatro páginas, independentemente do tamanho, como conta Molina (2008,

p.351). Para Pacheco (2011, p.40), “Isso teria levado os jornais a aumentar o tamanho de suas páginas com objetivo de acomodar mais anúncios e conteúdo, otimizando assim a relação entre o espaço (e sua receita) e o imposto”.

De acordo com Pacheco, 2011, p.50:

Atualmente existem quatro formatos básicos de jornais diários: *broadsheet* (“folha larga”), *Berliner* (ou berlinês), tabloide e micro. Esse mesmo autor observa que os tabloides correspondem à metade do tamanho de um *broadsheet* e o micro à metade do formato *Berliner*, que por sua vez tem dimensões menores que o *broadsheet*.

Pacheco (2011) pontua que essa terminologia pode variar, como é o caso da utilização do termo *standard* para determinar o *broadsheet*.

Sobre a predileção pelo formato *standard*, Pacheco (2011, p.55) diz que “A adoção do formato *standard* tem origem no fim da necessidade de acabamento, já que se reduzia a necessidade de dobrar e refilar, uma possível consequência da velocidade exigida na produção dos jornais”.

Mas ler um jornal *standard* logo se tornou um incômodo, havendo a necessidade de reduzir o tamanho:

Em decorrência do seu aumento de tamanho, os jornais, agora muito grandes, começaram a se tornar muito incômodos para ler e custosos para serem produzidos, fazendo com que ao longo do século XX, os *standards* tivessem seus formatos reduzidos, tendo os menores deles se tornado um pouco maiores do que os maiores tabloides. (PACHECO, 2011, p.56)

O formato tabloide data de 1833, com a criação do periódico *Sun*, em Nova York. Após dois anos de seu lançamento o *Sun* já liderava o mercado novaiorquino.

No Brasil, como se sabe, a imprensa chegou com cerca de 200 anos de atraso, segregada pela Coroa portuguesa, como acontecia em todas as suas colônias. Após a publicação de A Gazeta do Rio de Janeiro e de O Correio Braziliense, ambos impressos em Londres, em 1808, ainda demorou para que a iniciativa privada conseguisse uma estrutura ideal para a produção de jornais. Isso submetia os impressos brasileiros às tecnologias importadas de outros países. (PACHECO, 2011)

Registros da época indicam o formato *in-quarto* (largura de 13,5 e altura de 19 cm) na Gazeta do Rio de Janeiro e no Revérbero Constitucional Brasileiro.

Pacheco (2011) diz que, no Rio de Janeiro, metade dos jornais vendidos são em formato *standard* e, a outra metade está dividida entre tabloide e tabloide estendido.

Já há algum tempo, verifica-se uma tendência mundial de compactação dos formatos dos jornais. Os motivos, segundo Khattak (apud PACHECO, 2011, p.76) são:

- Jornais estão passando por uma fase de queda sistemática da circulação;
- Pesquisas indicam que consumidores preferem formatos menores;
- A publicidade é um mistério complicado que precisa ser resolvido;
- A audiência tende a ficar mais jovem e mais feminina.

Porém, a discussão entre os formatos vai além do exposto até aqui pois, como afirma Pena (2010, p.33), “O desenvolvimento dos canais de informação está sempre atrelado a interesses econômicos ou políticos”. E como será visto a seguir, a escolha do formato de um jornal está muito mais atrelada a interesses econômicos que a qualquer outro.

6.2 Formato *Standard* x Formatos Compactos

Culturalmente no Brasil, o formato *standard* é comumente associado aos jornais sérios, com status, o que não ocorre com os formatos menores, especialmente o tabloide, associado a jornais sensacionalistas.

Os standards têm uma longa história como símbolo de status e ganharam muita força, no início do século XX, por permitirem melhor explorar o conceito de que as notícias devem aparecer de forma visualmente hierarquizada. Os tabloides, apesar de terem feito sucesso apenas no início do século XX, existem desde que os primeiros jornais começaram a aparecer na Alemanha do século XVII, porém não tinham relevância que os alçasse ao status de jornais. (PACHECO, 2011, p.57)

Há alguns anos acontece um movimento na Europa e Estados Unidos pela compactação dos jornais. Existem vários motivos para que os periódicos reduzam seu tamanho. Por outro lado, há também razões que sustentam a permanência no formato *standard*, mesmo que isso signifique estar na contramão da tendência mundial.

Pacheco (2011, p.66) diz que “[...] o jornal tabloide foi considerado o mais fácil de manusear que seu similar de tamanho maior por cerca de 35% dos trabalhadores que viajavam diariamente de trem de *Long Island* para Nova Iorque”.

Há uma lista das vantagens do tabloide em relação ao *standard*, como observa Pacheco (2011, p.66-67)

- Tabloides são mais convenientes para o leitor manusear, pois não precisam ser dobrados para serem lidos em locais restritos, como transporte público;
- As páginas sem anúncio, cedidas a cada uma das editorias do jornal, custam menos;
- É mais fácil segregar o conteúdo, pois no *standard* várias matérias dividem espaço na mesma página;
- Jornais menores parecem mais robustos com apenas metade do conteúdo disponível no *standard*;
- Tabloides permitem maior flexibilidade de quantidade de páginas, na maioria dos casos;
- Permitem aos editores diferenciá-los de outros jornais, uma vez que a maioria está em formato *standard*;
- O custo para anunciar numa página inteira é menor.

De acordo com Pacheco (2011, p.68), há um consenso entre alguns autores em relação a vantagem da facilidade de manuseio do tabloide. E em relação ao *standard*, a de permitir a separação das editorias em cadernos distintos.

Khattack (apud PACHECO, 2011, p.76) também diz que “Pesquisas indicam que consumidores preferem formatos menores”. Pacheco (2011, p.77) diz que:

Em todas as experiências realizadas pelas empresas jornalísticas nas quais se ofereceu mais de um formato, os leitores deram preferência ao mais compacto. É o caso do inglês *The Independent* (com 90% de preferência para o compacto), o belga *De Standaard* (com 81%) e o norueguês *Aftenposten* (com 70% de aprovação).

Molina (2008, p.19) acredita que alguns jornais investiram no tamanho compacto para atrair jovens e aumentar a circulação:

Alguns jornais acreditaram que uma redução de formato e uma reforma gráfica mudariam sua sorte e deteriam essa queda. Deixaram o formato *standard*, em princípio adequado à sobriedade que se espera de um jornal de opinião, e adotaram um tamanho ‘compacto’, esperando atrair mais leitores jovens.

Pacheco (2011, p.80) diz que “[...] tanto o mercado europeu quanto o americano vêm presenciando reduções sistemáticas de formatos [...]”. E relata que no mercado brasileiro de jornais também há registros dessa tendência à compactação. Na Europa, jornais como o *The Guardian*, *The Times*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *La Vanguardia* e *La Repubblica* adotaram o formato berliner, como constata Correia (2006, p.1). No Brasil, o Jornal do Brasil, antes de sair de publicação, adotou o formato berliner, além de muitos outros, como o Jornal de Londrina. A Rede Brasil Sul (RBS), do Rio Grande do Sul, publica seis jornais em formato tabloide.

No eixo Rio-São Paulo o cenário é um pouco diferente. O Estado de S. Paulo, a Folha de S. Paulo e O Globo investiram aproximadamente R\$ 100 milhões em seus parques gráficos nos últimos três anos. Isso indica que mudanças no formato estão descartadas, por enquanto, pois significariam novos investimentos em equipamentos. (CORREIA JÚNIOR, 2014, p.1-2)

Porém, é possível notar, de acordo com Pacheco (2011, p.85), que os jornais que não estão mudando o formato de seus cadernos principais, estão, pelo menos, compactando os seus suplementos.

Correia Júnior (2014, p.2) menciona uma pesquisa realizada pelo Estadão que mostrou que os leitores que compram seus jornais em bancas são bastante receptivos aos tamanhos menores, pela facilidade de manuseio; e que o leitor que é assinante tem preconceito em relação aos compactos. Esse mesmo autor diz que, de acordo com pesquisas realizadas por ele, os leitores têm preferência por suplementos em formato menor.

Silva (2014), diretor administrativo do jornal O Imparcial, conta que nas duas últimas décadas pelo menos duas alterações no formato do jornal O Imparcial foram feitas com objetivo de reduzir o tamanho *standard*. Ainda reitera que a adoção do formato berliner vem sendo cogitada há mais de 15 anos pelos jornais brasileiros. Mas como isso implica investimentos econômicos incompatíveis com a realidade dos veículos e profunda mudança na produção das peças publicitárias pelas agências, na adequação do *standard* para o berliner, essa proposta continua sendo adiada.

Mas o presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap), Pastore (2006), diz não enxergar o mercado publicitário como impedimento para a reforma de um veículo: “Nos tempos do clichê, mudar formato de anúncios seria um problema, mas a tecnologia permite que isso não se torne um empecilho”. (PASTORE, 2006, p.1)

Apesar do exposto, estes pesquisadores optaram pelo formato *standard* pelos seguintes motivos:

- Para acompanhar a padronização do jornal O Imparcial, para o qual o projeto piloto é destinado;
- Por motivos financeiros, pois de acordo com o diretor de executivo do jornal, Silva A. (2014), experiências feitas pelo Imparcial com o formato tabloide não apresentaram retorno comercial que justifique essa iniciativa. “Agências e anunciantes costumam rejeitar esses formatos menores. É um formato atraente, especialmente para temas mais leves, mas isso dependeria muito do comportamento do leitor. O mercado vai aonde o consumidor está.” (SILVA A., 2014)

7 O DESIGN NO JORNAL IMPRESSO

7.1 Evolução do Design no Jornal Impresso

São vários os valores e processos responsáveis pela identidade de um jornal. O design encontrou seu espaço na passagem do processo artesanal para o industrial e, com os avanços desencadeados pela Revolução Industrial, os jornais foram em busca de novos atrativos para conquistar novos leitores.

A máquina a vapor permitiu maiores tiragens e a litografia otimizou a impressão de imagens, abrindo espaço para a tecnologia *offset*. De acordo com Molina (2008), a primeira impressora a vapor do mundo foi instalada no jornal *The Times*, que permaneceu por quase um século como celeiro de novidades gráficas.

Com o tempo, a tecnologia *offset* passou a ser adotada pelos jornais mais relevantes. “O processo *offset* mudou a ‘cara’ do design de jornais, trazendo mais flexibilidade e funcionalidade para o mundo”. (PACHECO, 2011, p.28)

Depois da Revolução Industrial, a concorrência com outras mídias, como o rádio, a TV e a internet, foi outro fator responsável pelo desenvolvimento do design nos jornais impressos. Gruszynski e Lindemann (2012, p.2) pontua que o design de jornais vem tendo importância “[...] como uma das estratégias de reverter as quedas de circulação no setor ligadas, sobretudo, à reconfiguração do sistema de mídia em função das tecnologias digitais e em rede”.

Na divisão em cinco fases do jornal impresso feita por Marcondes Filho (2002), Pacheco (2011, p.47) observa que nas três primeiras fases o design era concentrado na tentativa de equilíbrio e no preenchimento dos espaços com uma grande variedade de tipografias. São elas: 1ª) Século XVII ao século XVIII, onde jornais e livros eram semelhantes; 2ª) Século XVIII e início do século XIX, com produção de foco político-literária; 3ª) Final do século XIX, surgimento das tecnologias gráficas, como rotativas e composição mecânica de tipos;

Próximo ao século XX, os jornais começaram a tomar a forma que se conhece hoje, e as páginas passaram a receber um tratamento visual inspirado nas páginas das revistas. Mas foi no final do século XX que os jornais ganharam maior impacto visual. (PACHECO, 2011)

A partir disso, entende-se que o design não é um fim, mas um meio da mensagem jornalística. E o jornalismo cultural, afeito a experimentações e pioneiro de

novidades, exige cada vez mais uma linguagem que se comunique com o leitor não apenas por meio do texto, mas que emita diferentes mensagens e diferentes conotações por meio do tratamento visual de suas páginas.

7.2 O Design como Meio da Mensagem

O design tem sido explorado no jornalismo cultural como meio de aproximar o leitor da publicação e de transmitir sua mensagem de maneira efetiva. É o que observa Gruszynski (2012, p.148): “No âmbito do jornalismo cultural, observa-se que a dimensão visual trabalhada nos projetos gráficos representa importante critério de aproximação e vinculação entre publicações e leitor, sobretudo se efetivamente sintonizada com um projeto editorial [...]”.

As transformações sofridas ao longo da história pelos jornais impressos, exigiram a busca de um novo sentido para o discurso jornalístico, como pontua Freire (2009, p.292):

O design jornalístico vem para potencializar este discurso, organizar os conteúdos, criar identidade, atrair a atenção do leitor e construir o sentido pela relação entre as diversas matérias significantes (verbo-visuais) que compõem o jornal. O design é, portanto, um dos componentes da enunciação jornalística, não só como um elemento de persuasão ou sedução do leitor mas também como constituinte com potencial informativo, que antecipa características de gêneros, organização temática, valor-notícia, e influi na construção do jornal como dispositivo de enunciação.

Pacheco (2011) destaca quatro funções atribuídas ao design de notícias:

1. Identificar: caracterizada principalmente pelo projeto de identidade visual, responsável por conferir personalidade editorial e favorecer a identificação do jornal por parte do público;
2. Informar: diretamente ligada à mediação da informação, desenvolve-se pela combinação dos seguintes elementos: tipografia, layout e iconografia;
3. Apresentar e promover: é o destaque dado ao jornal no ambiente em que é exposto o produto. A forma de editar um jornal ou uma revista confere identidade a um produto, permitindo separar jornais populares dos demais, por exemplo;
4. Planejar a produção: forma de organizar o jornal e o destaque dado a determinados elementos faz com que o designer interfira na maneira como uma redação se organiza para captar e organizar aquele conteúdo. (PACHECO, 2011, p.64).

Gruszynski (2012, p.1), diz que “[...] as estratégias de organização e apresentação do conteúdo informacional possibilitam o reconhecimento das

condições de circulação das mensagens vinculadas a ele”. Da mesma forma, o design das páginas e os conteúdos imagético e textual, “[...] têm papel fundamental na construção de sentidos, atuando como porta de entrada e guia nos procedimentos de leitura”. (GRUSZYNSKI, 2012, p.2).

A forma física de um texto, o modo de disposição dos elementos na página, são fatores que determinam a relação histórica entre autores, textos e leitores. O campo físico e visual que se define a partir dos recursos tecnológicos de escrita constitui um espaço condicionante a partir do qual alternativas de articulação da retórica tipográfica são responsáveis por conformar um texto. (GRUSZYNSKI; AMARAL, 2011, p.150)

No jornalismo, o projeto gráfico permitirá uma leitura “[...] mais ou menos cômoda, influenciando também no entendimento e na interpretação da mensagem”, como aponta Gruszynski (2012, p.7). Sobre o projeto gráfico:

Em linhas gerais, os elementos fundamentais do projeto gráfico compreendem o formato – ligado a especificações do suporte – e o espaço gráfico que dele deriva, que é organizado segundo um diagrama (grid). Nele são dispostos textos, imagens e recursos de apoio como fios e texturas, que têm na cor sua característica fundamental. (GRUSZYNSKI; AMARAL, 2011, p.151-152)

Se o design surgiu nos jornais como fator de transformação capaz de atrair outros olhares do leitor, é no jornalismo cultural que ele encontra o suporte ideal para experimentações. “É nos cadernos culturais que os recursos compositivos apresentados encontram mais espaço”, destaca Gruszynski (2012, p.7).

Dependendo da interação entre texto e arte visual, um suplemento cultural pode, sim, transformar o meio na mensagem. O impacto da visão de uma página – facilitado pelo fato de que o mais comum é ela ser ilustrada por fotos de objetos e de gente bonita – pode facilitar a árdua tarefa do repórter de ganhar a atenção do leitor. Fotos bem ampliadas, ilustrações precisas, gráficos elegantes, tudo pode ser explorado, desde que não se comprometa a identidade visual fundamental do projeto gráfico do jornal ou da revista. (DAPIEVE, 2002, p.111)

Neste sentido, o Jornal do Brasil é considerado o precursor das inovações visuais adotadas pelos jornais brasileiros, especialmente quando se fala em jornalismo cultural. Com uma modernização que começou em 1956 e contou com o artista plástico Amílcar de Castro, o JB lançou o Caderno B, lendário suplemento cultural que é considerado divisor de águas no jornalismo cultural brasileiro. (PIZA, 2011)

Depois do Caderno B, outros jornais apostaram em mudanças gráficas, e, de lá para cá, houve um salto na apresentação visual dos cadernos culturais no país.

Gruszynski e Lindemann (2012) dizem que o antigo caderno cultural Mais!, suplemento dominical da Folha de S. Paulo, ousava com a integração entre tipografia e imagens e, ainda, que a diagramação dos cadernos de cultura é mais ousada do que nos outros cadernos. E pontuam: os cadernos semanais são mais livres em questões estéticas do que os diários.

A pesquisa de Gruszynski (2012, p.15) “[...] aponta para a necessidade de pensar o projeto gráfico integrado aos projetos editorial e comercial, bem como situado dentro de um contexto em que valores jornalísticos, estrutura institucional, processos de produção e relações com o tempo condicionam a composição gráfica final”.

A visualidade e a disposição de textos e imagens, assim como o diálogo entre eles, merecem lugar de destaque no planejamento editorial de um caderno de cultura. Por não oferecer resistência a experimentações e renovações, o jornalismo cultural está sempre à frente das outras editorias no aspecto visual.

8 A IMPRENSA ESCRITA EM PRESIDENTE PRUDENTE

A imprensa escrita em Presidente Prudente nasceu alguns anos após a fundação da cidade, como conta Abreu (1977, p.14):

Em Presidente Prudente, a imprensa nasceu alguns anos depois da fundação da cidade. “O Momento” da Braz Albares, “A Vanguarda” de José Miliano e a “A Comarca” de Alberto Pereira Goulart disputavam a primazia de terem sido dos primeiros jornais da cidade, embora não se possa apontar o pioneiro por falta de provas concretas.

Alguns jornais se destacaram, como: “O Progressista” (1927), “O Município” (1928), “O Republicano”, “O Prudente”, “A Cidade” (1931), que depois se chamou “Folha Sorocabana”, “O Constitucionalista” (1934), “O Imparcial” (1939), “A Voz do Povo” (1926), “Correio Sorocabano” (1945) e “A Região” (ABREU, 1977, p. 14).

Além destes, jornais de existência efêmera, de caráter crítico, humorístico como “O Sorriso”, “O Grito” e “O Apito”, também circularam pela cidade, como destaca Abreu (1977, p.14).

Em 1995, o Grupo Paulo Lima, proprietário da TV Fronteira (afiliada da Rede Globo), rádios Diário AM e 91 FM, lançou o jornal Oeste Notícias, que circulou pela primeira vez no dia 2 de fevereiro daquele ano.

8.1 O Jornal O Imparcial

O Imparcial foi fundado em 2 de fevereiro de 1939 por Manoel Onofre de Andrade e Heitor Graça, sendo vendido em 1943 para Edgard Ângelo Zilochi que o vendeu, em 1948, para Roberto Santos. (O IMPARCIAL, [s.d.])

Em 1995, de acordo com o site O Imparcial, o jornal foi vendido à Editora Imprensa Ltda., de Mário Peretti, Adelmo Santos Reis Vanalli e Deodato da Silva.

No decorrer dos anos, O Imparcial passou por vários avanços tecnológicos, desde os tipos móveis, as rotativas modernas até a informatização. (O IMPARCIAL, [s.d.])

O Imparcial é abastecido por agências de notícias, o que lhe permite divulgar o noticiário nacional e internacional, e não apenas os assuntos regionais.

Em 1995, o jornal passou a fazer impressão *offset*, considerada a mais significativa mudança em sua produção gráfica, divididas nas seguintes fases:

- 6 de abril de 1995: início da impressão – P&B;
- 30 de abril 1995: primeira edição em cores;
- 2009: Dentro das comemorações dos 70 anos, o jornal promoveu a expansão do seu sistema de impressão, com a inauguração, em 12 de abril de 2009, de uma torre de quatro unidades *Goss Community*, acopladas às unidades remanescentes. Os equipamentos de alta tecnologia foram adquiridos junto ao mercado norte americano, através da Cia. T. Janer. (O IMPARCIAL, [s.d.])

Hoje, além de circular em Presidente Prudente, O Imparcial chega a outras 33 cidades da região, com uma tiragem de 10.000 exemplares diários.

8.2 Jornalismo Cultural no Jornal O Imparcial – O Caderno 2

O Caderno 2, publicação de O Imparcial destinada ao jornalismo cultural, nasceu há aproximadamente 25 anos. Como conta Silva (2014), diretor administrativo do jornal, foi criado não apenas como espaço para o jornalismo cultural, mas para “segmentar os conteúdos de cultura, lazer e colunismo social”. Merlin (2014), editora chefe do Caderno 2, afirma que o caderno existe para “abordar atividades culturais que incluem música, teatro, dança, cinema e TV”. Além disso, a jornalista ressalta que como o jornal não possui editorias específicas de gastronomia e moda, esses assuntos também integram os conteúdos abordados no 2.

FIGURA 7 – Caderno 2, O Imparcial, de 1º de maio de 2014



Fonte: O Imparcial

Neste caderno, são veiculadas cobertura de eventos culturais, entrevistas, agendas, notícias de agências nacionais sobre TV e cinema, e colunas sociais. Silva (2014) acredita que há sim espaço para um suplemento cultural no Imparcial, porém, faz uma ressalva: “Tudo depende da qualidade do material e da aceitação do leitor. Concluídas essas etapas, a resposta comercial é o que pode garantir a permanência do produto em circulação”.

A maior dificuldade do Caderno 2, como observa Merlin (2014), é a cobertura de eventos, pois “muitas vezes não é possível fazer uma cobertura por conta dos horários de trabalho dos funcionários do jornal”. A editora (2014) explica que é comum publicar que vai acontecer um evento e, depois, dar apenas uma nota falando como foi. “É nisso que eu acho que o suplemento que vocês estão propondo se encaixa. [...]. A gente poderia notificar no jornal os eventos que aconteceriam na cidade no decorrer de um mês e aí o suplemento de vocês trazer essa cobertura.”

9 PROPOSTAS PARA O JORNALISMO CULTURAL IMPRESSO PRUDENTINO

Como discutido em outro capítulo, os cadernos de cultura diários, como é o caso do Caderno 2, estão cada vez mais superficiais. Entre os motivos estão a falta de tempo do jornalismo diário, causa do ritmo industrial do veículo. Já os suplementos semanais ou mensais têm melhores condições para abordar com aprofundamento qualquer assunto, pois dispõem de tempo para que os jornalistas se dediquem às matérias.

Assis (2008, p.185) coloca que a rotina submetida aos cadernos diários contribui para a ausência de aprofundamento e contextualização dos assuntos abordados, pautas sem opinião fundamentada, valorização das celebridades e relatos de eventos, ocasionando, ao final, conteúdos superficiais. Ainda de acordo com o Assis (2008, p.185-186) “[...] na imprensa diária, então, apenas os cadernos de domingo – com raríssimas exceções – circulam com um maior volume de textos, dando margem a observações mais aprofundadas”.

Além das novas pautas trabalhadas atualmente pela imprensa, há quem chame de “variedades” as matérias sobre eventos artísticos e lançamentos. Na visão de Piza (2003), por exemplo, a diferença entre textos dessa natureza e conteúdos eruditos é facilmente percebida: os primeiros são comumente encontrados em cadernos diários, cujo discurso simples e maniqueísta os tornam um “subproduto” do jornalismo cultural; já os suplementos que circulam nos finais de semana, com textos mais extensos e reportagens mais densas, se destinam mais à erudição, embora muitas vezes também se rendam às resenhas e aos textos meramente informativos. (ASSIS, 2008, p.186)

A partir do exposto, acredita-se que o suplemento Mosaico seja o produto ideal para ser suporte do jornalismo cultural pensado nesta pesquisa. Através do Caderno 2, o Imparcial já oferece aos seus leitores um jornalismo característico dos cadernos diários. Dito isso, um suplemento cultural com matérias mais aprofundadas, livres da pressão jornalística que recai sobre os cadernos diários e que, ao mesmo tempo o complemento, é o produto que falta ser oferecido aos leitores do Imparcial.

Para isso, esta pesquisa amparou-se na bibliografia existente, em entrevistas e pesquisas, para que uma proposta adequada à realidade dos leitores de O Imparcial e do Caderno 2 fosse costurada. Procurou-se oferecer um piloto com o que os pesquisadores apuraram ser o melhor conteúdo, a melhor forma e o melhor

visual para um suplemento cultural próprio apropriado aos padrões locais, regionais, sem desconsiderar tendências nacionais e mundiais do jornalismo cultural.

O fio condutor desta proposta é o combate aos produtos culturais estandardizados, seguindo o pesquisador Stuart Hall, que diz ser necessária a preservação das particularidades e diferenças locais (HALL, 1997, p.3). A partir disso, procurou-se formas de rebater essa homogeneização mundial dos produtos culturais e de oferecer um produto que crie sua própria narrativa e resgate sua relevância no processo social.

Coelho (2007) aponta o que ele chama de hábito cultural como algo nocivo ao jornalismo cultural. Para ele, é necessário um diálogo do jornalista com os valores atuais:

O jornalismo cultural tem de dialogar com os valores novos vigentes e não com os que uma ideologia velha de 20, 40 ou 150 anos ainda insiste em apresentar como válidos. Não se trata de cada um achar os seus valores próprios, uma vez que os valores que de fato orientam um grupo social, ainda que equivocados, são coletivos. Mas, é preciso que o jornalista cultural reveja os valores habituais e busque sintonizar-se com as reais tendências atuais, aquelas que se manifestam na prática e na vida cotidiana das pessoas. Para tanto é preciso ser capaz de detectar as orientações culturais do seu tempo. O bom jornalista cultural deve assumir como ponto de partida a ideia de que é preciso pensar sempre de outro modo, que é preciso ver uma questão sempre pelo outro lado, pelo lado que não está sendo visto, pelo lado oposto ao hábito cultural. Nada pior em cultura do que o hábito cultural. E o jornalismo cultural brasileiro está cheio de hábitos culturais. A cultura pode ser feita de hábitos culturais. O jornalismo cultural, não. (COELHO, 2007, p.25)

O autor fala da relevância da crítica ao jornalismo cultural, afirma que o jornalista deve ser um crítico e não um mero relator, e observa que os jornais têm dado pouco espaço aos críticos nos últimos anos.

A presença do crítico na imprensa voltada para a cultura é um tema que traz uma discussão a mais, o desaparecimento gradativo de espaço para a crítica dentro do jornalismo cultural, tema esse sempre presente em seminários e debates. Essa redução mostra que o processo de embrutecimento cultural no Brasil tem sido muito claro nos últimos 20 anos. Vou citar aqui um exemplo pessoal, pois escrevo para jornal há muitos anos. Há alguns anos, o espaço mínimo para uma crítica era de quatro, cinco laudas, 100 linhas (e já era menor que há uns 10 ou 15 anos). Hoje em dia pede-se uma crítica com 2.400 caracteres, ou seja, duas laudas, 40 linhas, para se falar de uma exposição de arte com curador importante, grandes artistas. É muito pouco. É muita clara e precisa diminuição do espaço para reflexão sobre a cultura. (COELHO, 2007, p.27-28)

Os pesquisadores deste trabalho entenderam, a partir disso, que a crítica é inerente ao jornalismo cultural e, como tal, deve fazer parte dos cadernos desta editoria.

Ainda compartilhando da visão de Coelho (2007), acredita-se que o jornalista cultural deva olhar sempre para o outro lado, para o oposto do hábito cultural. Mas não deve ignorar aquilo que está sendo muito comentado ou vendido no meio cultural. “Se está vendendo muito, é óbvio que tem muita gente interessada, então temos a obrigação de falar”, afirma Werneck (2007, p.66). Por outro lado, continua o autor, também deve haver espaço para o que vende menos, mas é bom. O jornalista deve ter o papel de “[...] garimpar coisas importantes preciosas, que correm o risco de passar despercebido do público na massa cada vez mais volumosa da produção cultural”. (WERNECK, 2007, p.66)

Werneck (2007, p.67) ainda observa que “O problema é que a certa altura boa parte do jornalismo cultural passou a reservar todo o espaço para o *mainstream*, a corrente principal, da produção cultural. O que estiver fora disso quase fatalmente será ignorado. Mas não dá para ser escravo do *mainstream*”. Aqui se depara novamente com o que Coelho (2007) diz: é necessário olhar para o outro lado, dialogar com os novos valores vigentes.

É essencial lembrar que o leitor não pertence apenas a um grupo social e, por isso, o jornal não deve divulgar somente um tipo de cultura, mas deve explorar e tornar visível as manifestações culturais populares representadas por uma camada profunda de excluídos e assim “[...] contribuir para a inclusão social, na medida em que mostra na mídia uma nova realidade, o Brasil de verdade, escondido pela exclusão social”. (SOUZA, 2009, p.83)

Estes pesquisadores endossam a visão de Cunha; Ferreira e Magalhães (2002) sobre a importância e responsabilidade do jornalista como mediador entre mercado e cultura.

Se o JC [jornalismo cultural] não seleciona, não questiona, não dialoga criticamente e não abre espaço a propostas alternativas, a IC [indústria cultural] se sente cada vez mais à vontade para reproduzir incessantemente os mesmos padrões estéticos e temáticos, transformando as obras culturais em artigos produzidos e distribuídos em série. (CUNHA; FERREIRA; MAGALHÃES, 2002, p.8)

Frias (2002) observa que a grande imprensa costuma abordar as manifestações tradicionais, folclóricas e regionais com estranhamento. A autora ainda fala da necessidade de espaço sobre estas manifestações no jornalismo cultural:

Acho fundamental que se fale da cultura popular, que se testemunhe e exalte o seu valor. Valorizar esse fazer, que significa resistência, vitalidade e, sobretudo, identidade. [...] Um dos riscos, aliás, que nós corremos e que se exprime no nosso dia a dia é nos tornarmos ou considerarmos exóticos dentro da nossa própria cultura. [...] O bom jornalismo cultural deve repudiar essa inclinação perversa de nos mostrar exóticos dentro daquilo que realmente somos. (FRIAS, 2002, p.182)

Mas o que é visto dentro das redações, como observa Werneck (2007, p.67-68), é preocupante, pois cada vez mais se traça um perfil-tipo do suposto leitor e, então, quem só trabalha para esse público, é “[...] como quem dá só aquele montinho de alfafa para o jumento, nada mais do que aquilo, nós vamos apenas aplacar a fome mínima da pessoa”.

As empresas jornalísticas estão cada vez mais sendo pautadas por assessorias de imprensa. Os jornalistas, engolidos pela pressão do tempo nas redações, ou acomodados pelas facilidades, publicam releases muitas vezes como chegam das assessorias. Dapieve (2001) atribui outra razão para que o jornalismo cultural seja pautado pelas assessorias: o poder financeiro de uma empresa em relação aos jornais, já que grande parte da receita de uma empresa jornalística vem da venda de publicidade. Há também o poder da indústria cultural, aquelas empresas que conseguem divulgar e repercutir com maior intensidade e frequência seus produtos.

A assessoria mais poderosa, aquela que tem as contas mais influentes, as gravadoras que lançam muita coisa, a distribuidora de cinema que lança muitas coisas em muitas salas, e você fica a reboque disso [...]. Frequentemente, você não consegue, por conta dessa velocidade, destacar no meio daquela torrente de lançamentos aquilo que realmente é importante, aquilo vai mudar a vida do espectador de teatro ou do espectador de cinema ou do sujeito que compra CDs. (DAPIEVE, 2001, p.173)

Diante disso, a negação à submissão aos releases e às pautas de assessorias parece ser a postura adequada, já que a proposta deste suplemento é repudiar a homogeneização do jornalismo cultural. O ideal é que o jornalista cultural vá às ruas, converse, procure trabalhos alternativos aos produzidos e divulgados amplamente pela indústria.

Mais uma vez, aqui cabe o que bem observa Coelho (2007), que diz que o jornalista cultural deve olhar para o outro lado, para o oposto, para a necessidade de rever os valores habituais. Porém, esta pesquisa constata que não é tarefa fácil romper com os paradigmas vigentes e os hábitos arraigados de tanto tempo: “O que predomina é a postura elitista de falar apenas do que interessa à grande maioria. E, na política das redações, é difícil e até arriscado tentar fugir disso”. (WERNECK, 2007, p.67)

Anchieta (2009) pontua que o jornalismo cultural nasceu como mediador do conhecimento e para aproximá-lo ao maior número de pessoas. “A intenção era não restringir a uma elite a esfera das artes, da filosofia e da literatura. Havia nisso um entendimento da função social do jornalismo cultural que se torna uma regularidade no jornalismo cultural”. (ANCHIETA, 2009, p.59)

Neste suplemento, o jornalista cultural deve, também, se nortear pelas palavras de Anchieta (2009, p.66-67):

[...] os futuros jornalistas culturais devem ser sensíveis para representar as obras culturais, pois, do contrário, se utilizarem uma mesma forma de enquadrar, acabarão por simplificar e amputar a força do que descrevem. Uma boa representação do real é aquela capaz de transportar o sujeito para o fato, revivê-lo para ter dele a maior aproximação possível. Nesse ponto, a busca pela objetividade jornalística não está ligada, como pensam e criticam alguns, ao relato frio e burocrático do acontecimento. Pelo contrário, quanto mais elementos sensíveis e materiais se conciliarem, mais próximos se estará do real. Aí está o bom jornalismo, aquele capaz de informar sem perder a força do acontecimento (suas cores, sensações, ruídos e clímax).

Nos primórdios do jornalismo cultural, seu público alvo era a elite burguesa. As publicações eram pautadas por assuntos de interesse deste público e, quem não fazia parte, via o jornalismo cultural como algo que não lhes pertencia. Hoje, com a indústria cultural, os produtos culturais se popularizaram, se tornaram mais vendáveis e isso acabou tendo reflexo nas publicações.

O suplemento Mosaico propõe uma publicação que fuja da postura elitista observada por Dapieve (2007). Para isso, faz-se necessário abordar assuntos que não são constantes no Caderno 2 do jornal O Imparcial, para o qual este produto é destinado. Traz uma proposta de inovação, ao mesmo tempo em que se coloca como complemento, extensão do Caderno 2, sem, portanto, negar, repudiar ou condenar seu conteúdo. Busca a mediação, a função social, a propagação da reflexão, o despertar da postura crítica.

9.1 O Suplemento Ilustríssima, da Folha de S. Paulo

A Ilustríssima é um suplemento cultural dominical do jornal paulista Folha de S. Paulo, lançada em 2011 para substituir o Caderno Mais!, que circulava há 18 anos. De acordo com o site da Folha “A editoria Ilustríssima é aberta à discussão dos grandes temas da cultura no Brasil e no mundo. Acompanha a produção artística e intelectual em ensaios e reportagens sobre arte, ciência e humanidade, em linguagem clara e sem jargões.”

FIGURA 8 – Ilustríssima, 04 de setembro de 2011



Fonte: Folha de S. Paulo

Werneck (apud COSTA, 2012, p.169), editor do suplemento, diz que o objetivo da Folha ao criar a Ilustríssima foi “[...] proporcionar ao público [...] um produto nobre, resgatando, principalmente, o papel da pintura”. Araújo (apud COSTA, 2012) destaca que outras técnicas das artes também são utilizadas pelos colaboradores do caderno.

A ideia, explica Werneck (2011 apud COSTA, p.170), é que cada edição da Ilustríssima seja única, que crie sua própria narrativa. Ainda de acordo com o editor ao criar a Ilustríssima a proposta da Folha de S. Paulo, conforme o novo projeto gráfico editorial do jornal, “[...] é inovar a partir de uma mudança radical da forma e da abordagem do suplemento dominical, buscando atrair o leitor”.

A busca do jornalismo cultural da FOLHA por mudanças ocorre em um período em que a internet, ao abrigar cada vez mais a produção cultural, vem ampliando a aproximação do público com o campo das artes (ainda que determinada produção de arte), à medida que blogs, sites e redes sociais convertem-se em verdadeiras galerias virtuais em que artistas divulgam sua obra para o mundo. (COSTA, 2012, p.170)

Costa (2012, p.170) fala de uma terceira narrativa que pode surgir da junção da narrativa jornalística com a artística: “A mescla das narrativas jornalística e artística sempre dá origem a uma terceira narrativa estética, criada por meio da ação de todos os agentes envolvidos: os artistas plásticos, escritores, editores, além da utilização de outro elemento, o computador, na composição final das páginas”.

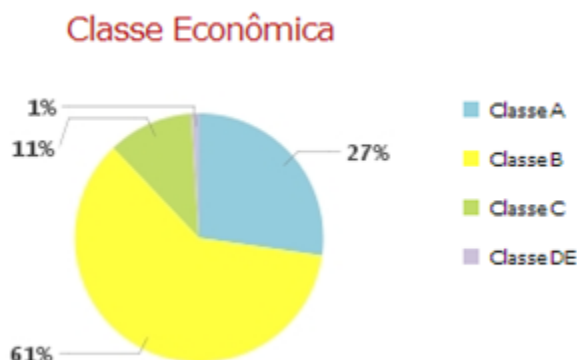
Mas apesar de todo o aspecto de inovação do suplemento, Costa (2012, p.175) adverte sobre sua submissão à indústria cultural:

A Ilustríssima, como todo produto, é criado de acordo com a concepção mercantilista da indústria cultural para atender aos padrões de exigência de seu público, em busca de determinado conhecimento. O caderno, como produto cultural, busca transmitir um tipo de visão sobre cultura, que é interpretada e reelaborada por seu público.

Assim, prossegue Costa (2012, p.175), a presença de artes plásticas no jornal seria uma forma de distinção, pois estaria garantindo ao público do jornal o acesso a obras confinadas às galerias.

O público da Ilustríssima, segundo Gerson (2013) é a elite paulistana. Uma pesquisa realizada em 2012, na Grande São Paulo, mostra que quase 90% dos 247 mil leitores do suplemento pertencem à classe A e B:

FIGURA 9 – Perfil econômico do leitor da Ilustríssima



Fonte: Folha de S. Paulo

No jornal O Imparcial, não há uma pesquisa específica sobre o perfil econômico do leitor do Caderno 2. Nesse sentido, o que se sabe é que 43,75% dos leitores do jornal têm renda familiar acima de dez salários mínimos.

Gerson (2013, p.8) observa ainda, a respeito do público, que o suplemento Ilustríssima “[...] é voltado para um leitor culto, apreciador da arte e leitor de ‘fôlego’. Os assuntos abordados, os temas, os ganchos, os valores-notícia e o próprio design do suplemento sustentam isso”. Quanto a esse dado, sabe-se que, dos leitores do Imparcial, 35,51% têm curso superior completo.

Ao analisar os gêneros abordados no suplemento, Gerson (2013, p.5) obteve o seguinte cenário: ensaios e artigos somam 23,80% do total; e informes e reportagens, 14,28%. Quanto aos temas, Gerson (2013, p.6) pontua que literatura e livros ocupam o maior espaço na Ilustríssima.

Gerson (2013) também destaca o poder de crítica nas entrelinhas como um dos pontos fortes do suplemento, observando que os jornais diários não têm mais espaço para valorização da opinião. Isto ratifica a escolha do grupo pela produção de um piloto de suplemento cultural mensal, que faça contraponto ao Caderno 2, caderno de cultura diário.

O hard news e a agilidade da reposição de notícias tomaram conta das páginas impressas, limitando a opinião às publicações alternativas ou às páginas da web. Mesmo sendo um ponto de vista elitizado com uma linha editorial bem definida, é formador e tem intensão de orientar o público através de sua visão. (GERSON, 2013, p.9)

A Ilustríssima, com sua tentativa de inovação do jornalismo cultural, parece ser o suplemento de cultura no país que mais se assemelha à proposta do Mosaico. Parece-nos que o perfil do público da Ilustríssima e o perfil do público do Caderno 2, diferem. Pois apesar de o Imparcial carecer de pesquisas nesta área, isso fica um pouco claro quando conhecemos o perfil escolar e econômico dos leitores do jornal e o comparamos aos dados sobre o perfil do público da Ilustríssima.

O suplemento da Folha de S. Paulo foi a principal referência desta pesquisa. Porém, como o objetivo é oferecer um produto que ultrapasse os limites de classe social e econômica, idade e sexo, acredita-se que todos devem ter acesso aos bens culturais e às informações. Ninguém pode gostar ou opinar sobre o que não conhece.

O Mosaico reconhece a atitude inovadora da Ilustríssima e absorve esta inovação, sem desconsiderar, porém, seu objetivo de quebrar barreiras de qualquer espécie quando o assunto for o jornalismo cultural.

10 PROJETO EDITORIAL – SUPLEMENTO MOSAICO

Na Facopp, além do desenvolvimento teórico, no Trabalho de Conclusão de Curso também é requisito a produção de uma peça prática na qual os alunos irão aplicar todo o conhecimento acumulado durante o curso. Assim, como o assunto tratado aqui é o jornalismo cultural no jornal impresso e a busca de um formato que fuja da homogeneização, a peça prática apresentada é o suplemento cultural Mosaico, um suplemento piloto proposto ao jornal O Imparcial para ser veiculado a todo primeiro domingo do mês.

O nome Mosaico surgiu com a ideia que acompanha os pesquisadores de abordar toda a produção cultural. A amplitude da expressão produção cultural, traz consigo a ideia de várias peças que compõem um todo, o jornalismo cultural, também podendo ser ele próprio, um meio cultural. E não é essa a ideia de um mosaico? O mosaico é uma modalidade artística que surgiu para substituir a técnica de pintura mural. “É composto por pequenas peças de materiais coloridos justapostas e assentes em gesso [...]” (JANSON, 1998, p.202). O que se sabe é que os Sumérios já usavam o mosaico no terceiro milênio a. C., para embelezar paredes, colunas e pilares. “Os Gregos helenísticos e os Romanos empregando pequenos cubos de mármore chamados *tesserae*, aperfeiçoaram a técnica, ao ponto de poderem reproduzir pinturas [...]”. (JANSON, 1998, p.202)

10.1 Introdução

Em Presidente Prudente, localizada no Oeste de São Paulo, há apenas um jornal impresso em circulação. Desde sua criação, em 1939, O Imparcial passou por várias transformações, investindo em tecnologia e em mudanças editoriais para se adequar às novas exigências do mercado e, sobretudo, do leitor.

Mesmo com o lançamento, em 1995, do jornal Oeste Notícias, do grupo Paulo Lima, detentor de outros meios de comunicação na cidade como a afiliada da Rede Globo, TV Fronteira, e as rádios Globo, o jornal sempre se manteve no topo das vendas e da preferência dos leitores.

O Caderno 2 de O Imparcial foi lançado há aproximadamente 25 anos com o propósito de segmentar os conteúdos de cultura, lazer e colunismo social. Talvez por ser um caderno diário e não se dedicar apenas ao jornalismo cultural, o

Caderno 2 não tenha tempo hábil e/ou espaço para publicar matérias com o aprofundamento. Assim, surge deste Trabalho de Conclusão de Curso, o suplemento cultural Mosaico, disposto a ser uma espécie de complemento, uma extensão do Caderno 2, abordando o jornalismo cultural de forma diferente ao apresentado no 2.

10.2 Objetivo Geral

Trabalhar o jornalismo cultural de maneira a fugir dos conteúdos homogeneizados dos cadernos de cultura diários, produzir alternativas ao Caderno 2 de O Imparcial, objetivando, com isso, preencher a lacuna pela demanda não atendida por este caderno.

10.3 Objetivos Específicos

- Produzir conteúdo alternativo ao que é produzido no Caderno 2, tornando-se, assim, seu complemento;
- Resgatar a crítica e o ensaio, apontados por estudiosos do assunto como o cerne do jornalismo cultural;
- Evitar a submissão à agenda, colunismo e releases.

10.4 Justificativa

A criação de um suplemento cultural que aborde o jornalismo cultural de maneira alternativa ao existente no jornalismo impresso prudentino é extremamente importante para Presidente Prudente e cidades da região. Pois, como abordado anteriormente, o único jornal impresso em circulação na cidade, O Imparcial, oferece um espaço e uma abordagem para o jornalismo cultural aquém, do que tem sido considerado por estudiosos, de um jornalismo cultural aprofundado.

O suplemento Mosaico pretende complementar o que o Caderno 2 do Imparcial oferece e, para isso, nasce sendo uma proposta piloto ao jornal como suplemento de circulação mensal.

10.5 Público-alvo

O Mosaico foi concebido com o ideal de ser um caderno de cultura acessível, partindo do princípio de que todos têm direito à informação, para que assim possam escolher o que lhes interessa ou não. Posto isso, o suplemento é destinado a todos os leitores de O Imparcial que se interessam por jornalismo cultural ou queiram conhecê-lo.

10.6 Linha Editorial

O suplemento Mosaico tomou forma após rigorosa pesquisa e levantamento bibliográfico acerca do jornalismo cultural. Para isso, autores com contribuição relevante ao tema foram abordados e profissionais da área entrevistados até que se pudesse chegar a um denominador comum. Saliente-se, contudo, que o caderno apresentado não é um fim, mas um meio. Sendo o jornalismo cultural um mediador da cultura, o Mosaico surge como uma proposta de democratização do acesso à cultura e repúdio a homogeneização cultural em Presidente Prudente e em todas as cidades atendidas pelo jornal O Imparcial.

Apesar do pessimismo que assola a mídia impressa desde o surgimento do rádio, da TV e, recentemente da internet, o jornal sobrevive a todas as previsões apocalípticas e se mantém como formador de opinião. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) mostrou que a circulação de jornais no Brasil cresceu 4,2% em 2011.

Os chamados segundos cadernos, lugares cativos do jornalismo de cultura, apesar de terem prioridade secundária nas redações, estão entre os cadernos mais lidos e mais queridos entre os leitores.

Mas o jornalista Augusto (2012), que trabalhou nos principais veículos impressos do país como Jornal do Brasil, O Pasquim, revista O Cruzeiro e Folha de S. Paulo, nos lembra que “Nas duas últimas décadas todos os ‘segundos cadernos’ ficaram parecidos, excessivamente caudatários da indústria cultural, como se pautados por uma central de divulgadores”.

Escravos da agenda e do colunismo social, os cadernos de cultura se estandardizaram, perderam a ousadia, o aprofundamento. E é para tentar romper estes paradigmas que o suplemento Mosaico entra em cena. Não apenas para tratar

de cultura, mas para ser também um produto cultural, como foi, um dia o lendário Caderno B, do Jornal do Brasil, como afirma Dapieve (2002).

Muito mais que transmitir e divulgar informações, O Mosaico quer usar a arte para produzir reflexões, causar discussões e agregar conhecimento de maneira que transforme o *status quo* do indivíduo.

O Mosaico será composto prioritariamente por textos do gênero opinativo, com interpolações do gênero informativo. Terá espaço todo assunto que seja capaz de provocar reflexão no leitor dando sempre preferência às manifestações artísticas relacionadas a Presidente Prudente e municípios da região, repudiando a homogeneização e o elitismo.

10.6.1 Anunciantes

O Mosaico foi concebido para ser suporte de um jornalismo cultural que combata o processo de standardização do conteúdo. Logo, deve-se dar preferência a anunciantes que apoiem, tenham alguma ligação ou algum interesse pelas atividades culturais de todos os tipos e para todos os públicos. Porém, essa é uma tarefa reservada ao departamento comercial do jornal O Imparcial e, caberia ao mesmo, executá-la. Abaixo, algumas sugestões de anunciantes parceiros do suplemento:

- Sesc Thermas de Presidente Prudente;
- Secretaria de Cultura de Presidente Prudente e das cidades da região;
- Sonotec – Music & Sound;
- Mystery Rock Store;
- Livraria Nobel;
- Clube do Meio Artístico;
- Virada Cultural Paulista;
- CEMA – Centro de Estudo Musical Aplicado;
- Arte Gesso São Francisco;
- Ballare – Escola de Dança.

10.7 Estrutura

Para organizar a estrutura do suplemento Mosaico, os pesquisadores procuraram na bibliografia apontamentos quanto ao conteúdo e organização. Levou-se em conta que a proposta do suplemento é de inovação sendo que, como pretende ser um complemento ao Caderno 2, procurou-se apresentar um conteúdo ausente neste caderno, ao mesmo tempo que traga uma renovação ao jornalismo cultural prudentino. O Mosaico terá a seguinte estrutura:

Capa: o Mosaico traz na capa de cada edição uma fotografia, uma ilustração, ou outro tipo de técnica artística que os editores julgarem adequadas à proposta da edição em questão sempre fazendo referência à reportagem da seção Miolo Nobre. E também uma breve apresentação do conteúdo (sumário) que o leitor encontrará nas páginas internas.

Expediente: constará na parte inferior da página dois o expediente do suplemento com os nomes dos colaboradores fixos e colaboradores daquela edição, além de informações sobre a edição e sobre contato.

Editorias:

- Editorial: aqui será apresentada a nova edição do suplemento trazendo considerações a respeito das matérias.
- Artigo: em cada edição, será publicado um artigo escrito por um convidado, que abordará, na ocasião, assunto relativo às artes ou tema em voga que, de alguma maneira, tenha relação ou faça referência a elas.
- Divã: a cada edição, será feito o perfil de um expoente da arte dando preferência àqueles que, de alguma forma, tenham relação com a região de Presidente Prudente.
- 50mm: espaço reservado ao perfil de fotógrafos da região. Será publicado um perfil e também o trabalho do artista. O nome 50mm vem de uma das lentes mais usadas entre os fotógrafos para fazer retratos.
- Miolo Nobre: este espaço é dedicado a uma grande reportagem. É a maior seção do suplemento e ocupará as duas páginas do miolo nobre.
- Qual é o Parangolé?: a ideia é mostrar ao leitor que a arte está presente em seu dia a dia, com uma linguagem objetiva, próxima e direta. Convidados abordarão a arte de maneira e linguagem acessíveis a todos

os leitores. Funcionará como uma espécie de aula sobre a história da arte e temas afins.

Hélio Oiticica, criador dos Parangolés, descreve o momento em que teve contato com a palavra que daria nome a sua mais famosa obra:

Isso eu descobri na rua, essa palavra mágica. Porque eu trabalhava no Museu Nacional da Quinta, com meu pai, fazendo bibliografia. Um dia eu estava indo de ônibus e na Praça da Bandeira havia um mendigo que fez assim uma espécie de coisa mais linda do mundo: uma espécie de construção. No dia seguinte já havia desaparecido. Eram quatro postes, estacas de madeira de uns dois metros de altura, que ele fez como se fossem vértices de retângulo no chão. Era um terreno baldio, com um matinho e tinha essa clareira que o cara estacou e botou as paredes feitas de fio de barbante de cima a baixo. Bem feitíssimo. E havia um pedaço de aniagem pregado num desses barbantes, que dizia: 'aqui é...' e a única coisa que eu entendi, que estava escrito era a palavra 'Parangolé'. Aí eu disse: É essa a palavra. (OITICICA apud JACQUES, 2008, p.154)

Ao dar nome a esta seção de Qual é o Parangolé?, buscou-se um sentido que incorpore o leitor à arte e a arte ao seu dia a dia:

Parangolé são capas, estandartes, bandeiras para serem vestidas ou carregadas pelo participante de um happening. As capas são feitas com panos coloridos (que podem levar reproduções de palavras e fotos) interligados, revelados apenas quando a pessoa se movimenta. A cor ganha um dinamismo no espaço através da associação com a dança e a música. A obra só existe plenamente, portanto, quando da participação corporal: a estrutura depende da ação. A cor assume, desse modo, um caráter literal de vivência, reunindo sensação visual, tátil e rítmica. O participante vira obra ao vesti-lo, ultrapassando a distância entre eles, superando o próprio conceito de arte. Mas que fique claro, ao vestir o Parangolé o corpo não é o suporte da obra. Oiticica diz que se trata de "incorporação do corpo na obra e da obra no corpo". Nessa espécie de anti-arte, diz Oiticica, "o objetivo é dar ao público a chance de deixar de ser público espectador, de fora, para participante na atividade criadora". (CAVALCANTI, 2002)

Desta forma, esta seção se destina a fazer daqueles que a leem participantes na arte.

- Vambora: sugestões de roteiros culturais para visitar: museus, exposições, parques etc. O leitor que quiser contar sua experiência pode participar. "Vambora" é uma canção de autoria de Adriana Calcanhoto gravada por ela no CD "Marítimo". É uma fusão de vamos embora, expressão remete à ideia de deslocamento, de ir de um lugar a outro, de viagem.

- Dialética & Poética: serão publicados aqui trechos de obras de escritores prudentinos e da região. “Dialética” e “Poética” são dois poemas de Vinicius de Moraes. De acordo com Bueno (2007, p.256), dialética é “A arte de argumentar ou discutir”. Poética, ainda segundo Bueno (2007, p.605), é a “Arte de fazer versos”. A ideia de unir dois nomes de poemas do poeta Vinicius de Moraes para compor o título da seção, deu-se pela notoriedade que o poeta tem no cenário cultural brasileiro, já que a seção pertence a um suplemento cultural.
- Caleidoscópio: observações, críticas, apontamentos, sugestões e afins sobre livros, música, cinema e espetáculos. Serão abordados não necessariamente lançamentos ou o que estiver em cartaz, mas aquilo julgado relevante ao enriquecimento do repertório do leitor. Será dividido em: Livros; Música; Cinema; Espetáculos.

10.8 Projeto Gráfico

Formato: Apesar da tendência mundial de compactação dos impressos, decidiu-se pelo formato *standard*, já que o suplemento Mosaico é um produto piloto que será oferecido ao jornal O Imparcial, que adota este formato. Embora pesquisas demonstrem que os leitores preferem os formatos menores, como tabloide e berliner, o *standard* ainda é visto como produto *quality* e ideal para acomodar textos mais profundos e longos, como é o caso do Mosaico e como observam Freitas e Schoenacher (2009). Além disso, o *standard* ainda deve perdurar por um bom tempo nos impressos do estado de São Paulo. Isso porque os jornais mais tradicionais, como Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, investiram alto em uma recente reforma de seus projetos gráficos, o que leva a crer que tão cedo haverá um tipo de mudança neste sentido, o que implicaria em novo investimento.

O Mosaico tem 8 páginas, em formato *standard* (58cm x 29,7cm), com capa e páginas centrais coloridas e será impresso em papel jornal com as seguintes especificações, a seguir as orientações técnicas do Projeto Gráfico do jornal O Imparcial:

- Mancha gráfica: 52 cm x 29,7 cm;
- Colunas: seis colunas de 4,6 cm, com espaço de 0,4 cm entre elas;

- Escala de cores: CMYK;
- Resolução ideal das fotos: 300 dpi (arquivo EPS).

Logotipo: foi concebido com a intenção de remeter à ideia de partes que formam um todo, como num mosaico. Por isso, a palavra mosaico está dividida em três partes, inseridas cada uma em um retângulo, como se fossem peças soltas que formam um inteiro. Sua cor pode variar de acordo com a necessidade, para se adequar à arte proposta na capa de cada edição. Nesta edição, as cores são o verde e o amarelo, uma referência à matéria de capa sobre o golpe militar de 1964.

FIGURA 10 – Logotipo Mosaico



Fonte: produção própria

Capa: na capa sempre constará o cabeçalho do jornal, o logotipo do Mosaico e o sumário. Haverá também uma fotografia, ilustração ou outra técnica artística que remeterá à reportagem da editoria Miolo Nobre. Nesta edição, consta uma ilustração do publicitário Lucas Miolla sobre o golpe militar de 1964.

FIGURA 11 - Capa



1 - Logotipo | 2 - Manchete (Calibri Bold) | 3 - Bandeira (Calibri Bold)
| 4 - Chamada (Calibri Bold)

Fonte: Lucas Miolla

FIGURA 12 - Página 2

2 / Mosaico / SEGUNDA-FEIRA / 09 de junho de 2018

1

2

3

4

O IMPARCIAL

ARTIGO

POR VIVIANE VIEIRA

2

3

spasmos culturais

"cultura" prematuramente passa a fazer parte do vocabulário quando, desde crianças, ouvimos referindo sentenças: Não tem cultura. Oh! Que falta cultura, tem todos os discos do João Gilberto. Ah! Aquela escuta Odair José, que falta de cultura. No meu tempo tínhamos educação musical e aprendíamos francês na escola, tínhamos mais cultura. Lourival! Mas no seu tempo também tinha educação moral e cívica (tequigante) e nas aulas de educação física suas articulações eram trituradas pelos polichinelos e todas as invenções da linha militarista. Questão de ponto de vista, meus caros.

Quando foi mesmo que a palavra cultura ganhou status de superioridade? A corrente antropológica entende que a cultura "[...] preocupa-se com todos os aspectos de uma realidade social. Assim, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade" (SANTOS, 1994). Ou, como afirma o antropólogo Tião Rocha, "todo o qualquer ser humano tem cultura". Se é assim, logo, tudo é cultura?

Originária do verbo *colere*, que vem do latim e significa cultivar, já na época dos romanos teve seu conceito estendido: passaria, então, a designar a cultura da alma. Para a sociologia, "[...] a cultura é um fenômeno amplo que está presente em toda a vida social. Podendo se apresentar de forma material, através de artefatos e objetos em geral. E de forma não-material que consiste no campo das ideias, através da arte, da ética, das crenças, dos conhecimentos e dos valores" (MATA, 2013). E, como em uma brincadeira de telefone sem fio, o ser com "intelecto altamente desenvolvido com polegares opostos e direito e bom gosto.

Para completar, certos produtos e manifestações culturais receberam o selo de esmero e preferência em detrimento de outros. Daí, todos os humanos que passassem a consumi-los seriam recebidos no círculo dos cultos e a eles seriam dadas toda a honra e toda a glória. Aos incultos, o tratamento a altura de seres inferiores: o desprezo e o castigo por não terem cultura, por não existirem.

Mas quem foi o ser com "intelecto altamente superior" que determinou isso? Por que raios o meu vizinho que tem todos os discos do Tom Jobim, lê James Joyce e Proust e tem um Van Gogh na parede é superior ao Zé que escuta Cláudia Leite, tem toda a saga Crepúsculo e tem um Romero Britto pendurado na sala?

Ser inferior é marginalizar, classificar pessoas e empurrá-las, com isso, ao ostracismo social. Um ser superior é aquele que consegue compreender e conviver com a diversidade sem se submeter aos rituais. Os mecanismos que determinam se somos devotos de Chet Baker ou Beyoncé deveriam nos preocupar menos. O que importa mesmo, é que todos tenham acesso a uma diversidade infinita de produtos e manifestações. Se assim cada um poderá fazer sua escolha com louvor e defender com autoridade suas preferências. Afinal, ninguém pode preferir alguma coisa a outra que não conhece. Aproveito para expressar minha devoção pelo pesquisador Stuart Hall: "[...] a cultura necessita da diferença para prosperar — mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial".

EDITORIAL

2

3

Faça parte deste mosaico

Para a equipe do Mosaico, a maior satisfação é ver essa edição piloto impressa. Isso significa que um longo caminho foi percorrido, horas de estudo valeram a pena e depois de um ano sonhando com esse dia, ele finalmente chegou. Muitas matérias dessa edição poderiam dividir ou estrear a capa. Desde a entrevista perfil com Eugênio Balan, onde o universo da música é explorado de forma intimista; o desbravamento da arte com explicações da professora de história da arte, Michela Mendes; ou os 30 anos do Golpe Militar, com depoimentos de moradores de Presidente Prudente que viveram os anos de chumbo.

Escolher os assuntos que preenchem essas páginas não foi tarefa fácil. A preocupação em disponibilizar um conteúdo de relevância, interessante e apurado é de derivar qualquer editor com algumas horas de sono a menos. Mas decidir o que deve ser cortado e o que se deve manter em cada matéria, isso sim é difícil. Contudo, o dever de hierarquizar as notícias, tomar a leitura mais leve e dinâmica e contextualizar as páginas de acordo com os assuntos, sempre levando em consideração o leitor, fez os autores filtrarem as informações com o cuidado de preservar a importância, o caráter inédito e a contribuição cultural.

Por fim, criar uma identidade visual que respeite os principais padrões do jornal O Imparcial, mas que fosse na forma de trabalhar as matérias em uma página, contou com a ajuda especial de Lucas Miolla, publicitário, criativo, autor de livro e o artista por trás da imagem que ilustra a capa dessa edição, além de muitas referências que ajudaram a lapidar este caderno. Agradecemos a todos que colaboraram para que este material fosse produzido.

O Mosaico nasceu com a intenção de praticar o jornalismo cultural e ser um complemento mensal do Caderno 2 do jornal O Imparcial. A expectativa é que você, leitor, sinta-se atraído e que, juntos, possamos contribuir com o avanço do conhecimento para aprendermos mais a cada edição, e que as obras de artistas locais sejam compartilhadas a fim de que a arte se torne um ciclo renovador em nosso meio.

Entre em contato com a equipe da nossa redação. (18) 99999-9999

Envie sua opinião, sugestão ou crítica: contato@suplementomosaico.com.br

Siga:

Mosaico Imparcial

@mosaicimparcial

mo

sai

co

O suplemento cultural Mosaico é um trabalho piloto de conclusão de curso dos alunos do oitavo termo de jornalismo.

Textos: Ricardo Mancini e Viviane Vieira

Projeto gráfico: Ricardo Mancini e Viviane Vieira

Diagramação e ilustrações: Lucas Miolla

Edição: Lucas Miolla, Ricardo Mancini e Viviane Vieira

Supervisão: Giselle Tomé

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Título (Calibri Bold) | 3 - Corpo de texto (Palm Springs) | 4 - Contato (Calibri)

Fonte: Lucas Miolla

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Logotipo | 3 - Título (Calibri Bold) | 4 - Corpo de texto (Palm Springs) | 5 - Legenda (Calibri) | 6 - Crédito (Calibri) | 7 - Olho (Calibri) | 8 - Trovão

Fonte: Lucas Miolla

FIGURA 14 – Página 4

4 / Mosaico / SEGUNDA-FEIRA / 09 de junho de 2014

ESPECIAL

Violante Vieira
da Redação

A IDADE DAS TREVAS NO BRASIL

Foi com os atos institucionais (AI) que os militares instituíram, pouco a pouco, a censura, o encarceramento da liberdade, o terror e a morte no país. O primeiro deles, AI-1, decretado por uma junta militar em nove de abril de 1964, trázia as seguintes determinações:

- Autorizou o presidente a enviar projetos de lei ao Congresso que fossem apreciados no prazo de 30 dias, sem serem aprovados;
- Suspendeu a imunidade parlamentar;
- Autorizou o comando do golpe a cassar mandatos em qualquer nível e suspender direitos políticos por dez anos;
- Suspendeu o direito dos magistrados de permanecerem em seus cargos;
- Suspensão a estabilidade dos servidores públicos.

Em 1º de abril, a sede da UNE no Rio de Janeiro foi incendiada. A Universidade de Brasília foi invadida pelos militares e vários dirigentes de sindicatos e lideranças de trabalhadores foram presos. No Congresso, 50 parlamentares foram cassados. Jango, Brizola, Juscelino e Jânio tiveram seus direitos políticos cassados. O general Humberto de Alencar Castelo Branco foi eleito presidente em 12 de abril de 1964, por votação indireta no Congresso e, já em outubro de 1965, decretou o AI-2:

- Dissolveu partidos;
- Dava permissão ao Executivo de cassar mandatos;
- Eleições para presidente da República passam a ser indiretas.

É criada, então, o bipartidarismo. De um lado a Aliança Renovadora Nacional (Arena), que apoia o regime; de outro o Movimento Democrático Nacional (MDN), que faz uma espécie de oposição censurada. Como resposta às manifestações pelo fim do regime, Castelo Branco decreta o AI-3 em fevereiro de 1966:

- Eleições passam a ser indiretas para governadores e prefeitos.

Em novembro, é a vez do AI-4:

- O Congresso Nacional é fechado e transformado em Assembleia Constituinte;

Em 1967, é votada a nova Constituição, que incorporava os atos institucionais, ampliava os poderes do presidente e reduzia os do Legislativo. Uma política repressiva é adotada por Castelo através do Plano de Ação Econômica, que visava o combate à inflação com medidas como o aumento de impostos e o arrocho salarial.

Castelo foi sucedido pelo marechal Arthur da Costa e Silva, que tomou posse em março de 1967. No seu mandato, o oposição ao regime militar cresceu e as manifestações de estudantes, artistas e trabalhadores se multiplicaram. Em uma delas, em 1968, o estudante secundarista Edson Luís Souto foi morto pela Polícia no Rio de Janeiro, quando reivindicava melhor qualidade e preços mais baixos na alimentação do restaurante Catibacoço, ligado à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Em junho, a Passagem das Cem Mil, que pedía o fim do regime, tomou conta do centro da cidade do Rio.

Ainda em outubro de 1968, a UNE, na ilegalidade desde 1964, realizou um congresso clandestino em um salão na cidade de Bruna, interior de São Paulo. A polícia descobriu e prendeu 1.240 participantes, entre eles vários líderes estudantis, entusiasmados no movimento. Em dezembro, Costa e Silva decretou o AI-5, o mais violento de todos os atos, levando os manifestantes contra o regime a aderirem à luta armada:

- Autorizava o presidente a fechar o Congresso;
- Instituiu a censura prévia aos meios de comunicação;
- Limitava o direito de julgamento;
- Suspensão os direitos políticos e garantias individuais, incluindo a habeas corpus;
- Autorizava a intervenção federal em estados e municípios;
- Dava poder ao presidente de decretar estado de sítio sem autorização do Congresso.

Após sofrer um derrame cerebral, Costa e Silva é afastado, obrigando a reabertura temporária do Congresso para oficializar a escolha do general Emílio Garrastazu Médici para presidente. O Governo Médici é considerado o mais repressivo e violento da ditadura, que ficou conhecido como os anos de chumbo, com o maior número de acusações de tortura e desaparecimentos de opositores. Foi debaixo desse endurecimento que as guerrilhas tomaram fôlego, dando origem a grupos armados contra a Aliança Libertadora Nacional (ALN), de Carlos Marighella; Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8); Comando de Libertação Nacional (Colina) e outros. Os serviços de inteligência foram se multiplicando. Além disso, cada regimento militar passou a ter um Comando de Operações de Defesa Interna (Codi) que controlava a atuação das tropas dos Destacamentos de Operações Internas (DOI). Os DOI-Codi ficaram conhecidos como autênticos centros de tortura e morte.

Também nesse período, o país viveu o que os militares chamavam de milagre econômico, com a contenção da inflação e crescimento da economia à custa do arrocho salarial e do aumento da dívida externa de 3,5 bilhões de dólares para 17 bilhões de dólares. Com o crescimento da inflação (os números de controle inflacionário divulgados eram falsos) e a crise internacional do petróleo (o país exportava 80% do petróleo consumido), o milagre chegou ao fim.

O general Ernesto Geisel, sucessor de Médici, anunciou em 1974 uma abertura política lenta, segura e gradual. Nesse época, os movimentos sociais e estudantis ressurgiram com força. Em 1978, Geisel assinou os editais políticos e, em 1979, reagrupou o AI-5.

João Batista Figueiredo, autor da famosa frase "Prefiro cheio de cavalo a cheio de porco", tomou posse em 1979. A Lei da Anistia foi aprovada pelo Congresso, possibilitando a volta de exilados e a libertação das pessoas acusadas de crimes políticos, com exceção daqueles acusados por terrorismo e luta armada contra o governo. Os militares acusados de tortura e morte foram todos anistiados.

No governo Figueiredo a Arena e o PMDB não estavam o pluripartidarismo e o restabelecido. Estava tudo certo para que o próximo sucessor fosse escolhido pelo Colégio Eleitoral, por eleições indiretas, em novembro de 1984. Mas o PT organizou um ato na praça Charles Miller, em São Paulo, com 10 mil pessoas que pediram eleições diretas. Em 1º de abril, 12 milhão de pessoas se reuniram na Candelária, Rio de Janeiro e, em 16 de abril, 17 milhão pediram a volta das eleições diretas. Porém, o Ernesto Dantas de Oliveira, que deveria ser aprovado para estabelecer as eleições diretas, não obteve os votos necessários no Congresso.

Assim, o PMDB e dissidentes do PTDS lançaram Tancredino Neves como candidato no Colégio Eleitoral e o PTDS lançou Paulo Maluf. Tancredino venceu, mas adoeceu e morreu antes de tomar posse. Quem recebeu a faixa presidencial foi o seu vice, José Sarney, político ligado à ditadura militar e que foi presidente da Arena e do PTDS. Somente em 1989, as eleições diretas foram estabelecidas e o povo brasileiro pode, outra vez, eleger o presidente da República.

Os crimes e atrocidades cometidos durante esse período estão sendo esclarecidos pela Comissão Nacional da Verdade, criada em 2011 pela lei 12.528 e instituída em 2012, com a finalidade de apurar violações dos direitos humanos ocorridas entre 16 de setembro de 1946 e 5 de outubro de 1988. Também nesse período, o país viveu o que os militares chamavam de milagre econômico, com a contenção da inflação e crescimento da economia, à custa do arrocho salarial e aumento da dívida externa. Como os índices inflacionários divulgados estavam sendo falsificados, o crescimento da inflação e a crise internacional do petróleo (o país exportava 80% do petróleo consumido), o milagre chegou ao fim.

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Título (Calibri Bold) | 3 - Corpo de texto (Palm Springs) | 4 - Subtítulo (Calibri) | 5 - Olho (Calibri) 6 - Boxes

Fonte: Lucas Miolla

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Logotipo | 3 - Título (Calibri Bold) | 4 - Corpo de texto (Palm Springs) | 5 - Legenda (Calibri) | 6 - Crédito (Calibri) | 7 - Olho (Calibri) | 8 - Linha de apoio (Calibri)

FIGURA 16 – Página 6

5 / Mosaico / SEGUNDA-FEIRA / 09 de junho de 2014

O IMPARCIAL

O baú do Matsu

"Fotografar é imortalizar um momento único, ao qual não se poderá mais voltar."

50m

Volane Vieira
na edição

A câmara analógica da irmã, Débora Matsu, era fotografa shows, hábito para quem vem da família musical: a Lourdes Matsu, cunhada que Fernando se casou com gente e, no ano passado, concluiu o curso de licenciatura em música pela Universidade do Oeste Paulista (Unopar), em Presidente Prudente; a mãe, Lourdes e o pai, Edson (que não está mais aqui) cantaram em casamentos. A irmã, Débora, também é cantora.

O menino Matsu teve uma bunda, é baterista. Em 2010 a fotografia falou mais alto. Comprou uma câmera digital influenciado pelo amigo biólogo Gabriel Murilo. A brincadeira começou a ficar mais séria na proporção em que o obturador e o diafragma da nova câmera flagravam o olhar de Fernando. A paixão cresceu e não teve fim. Então ele achou que deveria estudar fotografia. Fez o Curso Básico de Fotografia do Paulo Miguel, grande fotógrafo paulista e referência para os alunos que já formou em seu curso e os que assistiram às suas aulas no curso de comunicação social da Unopar. Daí os primeiros trabalhos profissionais foram aparecendo e ele foi imprimindo sua marca. No ano passado uniu o útil ao agradável. Mudou-se para a capital paulista para estudar fotografia no Centro Europeu e realizou o sonho de viver em Curitiba. Por lá fez muitos amigos e encontrou várias referências. Aos poucos as preferências foram aparecendo: a fotografia de moda. Mas em seu trabalho vemos de tudo, desde um desconhecido nas ruas até editoriais pensados milimetricamente (já declarou sua paixão em fotografar pessoas e pensar ensaios). Tudo desperta o interesse de suas lentes. No meio das lentes levou na mala os olhares emprestados de Prudente, Paulo Miguel, Fernando Martinez, Gilson Lorenzi, Ed Wesley, Jo Padovan, Rodrigo Oliveira, Adriano Kirhara, Carlos Castilho. Todos fotógrafos admirados por ele. Em Curitiba tem Melvin Quaresma, Marcos Mancini, Primo Tacca e Allan Ely. No mundo tem Bresson, no Brasil

Evandro Teixeira e Sebastião Salgado. O que um fotógrafo precisa ter para se destacar? "Acredito que não é só apertar um botão, mas ter conhecimento em administração, marketing, contabilidade, fazer tudo com zelo e muito amor". Já descobriu o que fazer para ter um trabalho diferenciado?

Foto: Matsu

3

4

5

6

7

8

vambora

Bienal de São Paulo: a arte por si só

3

6

A primeira Bienal de São Paulo aconteceu em 1951 com endosso do empresário e mecenas Francisco Matarazzo Sobrinho (1892-1977), conhecido como Cicillo Matarazzo, e de sua esposa Yolanda Pontes. A segunda Bienal, em 1953, trouxe ao Brasil a Guernica, de Pablo Picasso, na época inédita no país. O Pavilhão Cacilda Matarazzo e seu palco desde a quarta edição, em 1957. Projetado por Oscar Niemeyer, o prédio é um caso da arquitetura modernista brasileira e é tombado pelo Patrimônio Histórico. Já abrigou obras de 199 países, mais de 13 mil artistas, cerca de 60 mil obras, e a passagem de quase sete milhões de visitantes. Em 2012, a 30ª Bienal trazia o título "A Imagem das Poéticas" e comemorava os 60 anos dedicando na primeira vez que teve contato, pessoalmente, com as obras de Arthur Bispo do Rosário, antes conhecida por mim apenas por livros. O impacto foi grande. Mergulhar naquele universo místico e aprender mais um pouquinho de tudo aquilo que nem sei bem como definir foi extraordinário. O tour pelos três andares do pavilhão é uma atração à parte. O trabalho de Niemeyer é, por si só, uma obra de arte que se funde a todas as outras. O ideal é ter mais de um dia disponível para conhecer cada canto, ou melhor, cada curva. Não bastasse, o pavilhão fica no Parque Ibirapuera, que também abriga o Museu de Arte Moderna (MAM), o Auditório do Ibirapuera, a OCA (espaço que também recebe exposições), todos projetados por Oscar Niemeyer. Neste ano, de 6 de setembro a 7 de dezembro, acontece a 31ª Bienal de São Paulo, que traz o tema "Como Falar de Cristo que Não Existe?", com curadoria de Charles Esche, Galit Eilat, Nuria Enguita Mayo, Pablo Lafuente e Oren Sagie. Para saber mais: www.bienal.org.br

Cartaz da 31ª Bienal de São Paulo

Arthur Bispo do Rosário, "Como de Bismarck e Julietta"

Arthur Bispo do Rosário, "Manto da Apresentação"

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Logotipo | 3 - Título (Calibri Bold) | 4 - Corpo de texto (Palm Springs) | 5 - Legenda (Calibri) | 6 - Crédito (Calibri) | 7 - Olho (Calibri) | 8 - Linha de apoio (Calibri)

Fonte: Lucas Miolla

FIGURA 17 – Página 7

1

2

3

4

O IMPARCIAL.

Dialética & Poética.

orgulho e a amizade

Virgílio Reis (Editado por Cleonora Mancini)

Quando sinto teu pensamento batendo com suavidade à porta do meu coração, minha alma vibra na mais estranha alegria. Quando sinto teu pensamento envolvendo minha mente com a fragrância dos mais sutis perfumes, meu verdadeiro "eu" sente anseios de evolução. Quando sinto teu pensamento vir do Cosmos infinito abraçar com amor e carinho meu pecaminoso ser, vejo então o quanto estou distante de ti e da perfeição.

Um ano já se passou e apesar dos conhecimentos que através de tantos anos têm fortalecido o meu espírito, cada vez mais, querida esposa, maior se torna a minha paixão. A falta do teu carinho, o teu amor sem fim, o calor do teu coração junto ao meu, saudade e lágrimas que não mais se apagam. O amor que consagramos um ao outro serve de exemplo e de escola para a boa educação que soubemos dar às nossas queridas filhas, verdadeiros anjos para proteger o teu fiel companheiro que, em breve, cáteremos nos braços uns dos outros, pagando desta forma, conforme os desígnios de Deus, o amor com amor.

Espero e tenho confiança nos nossos meritos. Que as preces dirigidas ao Senhor dos mundos te tenham aliviado e afastado do escuro, quando passamos para vendalera morada. Que deus tenha reservado para ti uma parte do perfume da caridade que aqui soubeste distribuir com todos aqueles que te procuravam, foi o que levaste de melhor. A população inteira desta querida cidade, que deu o nobre exemplo de solidariedade, acompanhando teu corpo no esqueleto caritativo que os teus queridos – que aqui com seus corações trespassados pela falta de caridade na vida da matéria – fizeram.

Minha querida, este mundo não tem saber de orgulho ou vaidade, mas, sim, de humildade. Porque o orgulho é comumente estragado de uma maneira que simboliza a nossa vida, enquanto a humildade é a parte sadia, enquanto o orgulho é amargo e não traz valor nutritivo para o espírito, a humildade é doce, suave e traz consigo grande valor espiritual.

Assim, eu acompanhei a tua existência terrena em minha companhia durante 53 anos. Não foste minha esposa 100 vezes acima daquele nome que se pode dar uma vendalera mãe. O teu carinho, o amor que sempre existiu entre nós dois, será o caminho mais fácil para o nosso reencontro para bem depressa na vida espiritual, a fim de continuarmos na mesma tarefa que os dois aqui encotamos.

Aceita, minha querida, meu amor guardado, um beijo daquele que aqui foi teu fiel companheiro, mas que ele seja igual ao beijo que a tua querida mãe te deu ao nascer.

Paz ao teu espírito.
Teu esposo, Virgílio Reis.
Até breve.

SEGUNDA-FEIRA, 09 de junho de 2014 / Mosaico / 7

Sobre o autor:



Virgílio Reis nasceu em 2 de fevereiro de 1896, em Portugal, veio para o Brasil em 1925 casado com Maria José Reis e com duas filhas – uma nascida na América do Norte e outra em Portugal – ficou um ano na cidade de Santos, chegou à Presidente Prudente em 1926, foi pioneiro na cidade, montou uma padaria na Rua Nicolau Maíli. Em 1932 transferiu a padaria para a antiga Rua Boa Vista, atual Rua Luiz Cunha e teve uma terceira filha na cidade. Na década de 1930, juntamente com os espíritos pioneiros da cidade, ajudou a construir a sede do Centro Espírita Poder da Fé, que até então funcionava na zona rural e foi o primeiro de Presidente Prudente em funcionamento até a data de hoje na Avenida Brasil, nas proximidades da rodoviária. Exerceu as funções de presidente do centro até meados da década de 1980 quando, por motivos de saúde e idade, afastou-se, vindo a falecer em 9 de maio de 1987. Essa carta Virgílio escreveu para sua esposa quando ela faleceu em 1971, era dado a escrever e declamar poesias.

2

3

4

5

QUAL É O PARANGOLÉ?

Para apreciar uma obra de arte

Michela Mendes
ESPECIAL PARA O MOSAICO

A falta de intimidade com as artes visuais muitas vezes é motivo para que desistamos de visitar uma exposição. Mas, adiante, que não é necessário ser um especialista para apreciar uma obra de arte. É preciso, sim, ter um pouco de curiosidade e uma boa vontade para se dedicar a ela. Afinal, como que a obra foi realizada. Isso também pode ser uma dica sobre as simbologias cotidianas nas imagens.

De qualquer maneira, aqui estão algumas dicas que podem deixar a sua visita mais agradável:

Cores
Simbolizam sensações, revelam intenções do artista e quase nunca são usadas de forma aleatória. Por isso, preste atenção se as cores usadas são vibrantes ou de uma paleta calma. Isso, somado a outros elementos, pode revelar a intenção do artista.

Exemplo: Jan van Eyck, na obra "O casamento dos Arnolfini", usa o vermelho e o verde para destacar a noiva em cena, já que essas duas cores são opostas no Círculo Cromático de Newton e, quando usadas juntas, acabam salientando a imagem.

Linhas
São visuais e horizontais, por exemplo, representam o repouso e a calma, enquanto as verticais mostram dinamismo.

Truques
São visuais? São delicados? Isso pode mostrar que o artista tenta representar a delicadeza ou a força de um determinado elemento na obra. Lembra-se o uso de traços mais finos ou mais grossos pode ser uma assinatura do artista.

Exemplo: Botticelli representava com seus traços finos e miudinhos mulheres com rosto delicado.

Período
Preste atenção no ano em que a obra foi realizada. Isso também pode ser uma dica sobre as simbologias cotidianas nas imagens.

Créditos
Sem a intenção de subestimar o leitor, aqui vão dicas a respeito dos créditos das obras que, certamente, contribuirão para seu total entendimento.

Exemplo: na obra Mona Lisa, de Leonardo da Vinci, você encontra as seguintes referências:

Leonardo da Vinci, "Mona Lisa", 1503-1506, óleo s/ madeira, Louvre, Paris

Quando você vir no crédito de uma obra a inscrição s/, significa "sobre" e não "sem".

Exemplo: óleo s/ tela.

A data que aparece na obra é de quando o artista começou e terminou a obra.

Exemplo: se aparece 1503-1502, significa que ele começou em 1503 e terminou em 1502.

O local que aparece nos créditos é o lugar onde se encontra atualmente a obra, e não o local de produção da obra.

Exemplo: Mona Lisa, Louvre, Paris, significa que hoje a obra faz parte do acervo permanente do Museu do Louvre, que fica na capital francesa.

O tema
Um artista não vive numa redoma de cristal, mas é influenciado pelo seu tempo. Por isso, os temas representados muitas vezes refletem as preocupações de toda uma sociedade num determinado momento.

Os temas podem ou não aproximar você do artista, afinal, cada um tem um repertório pessoal e, por isso, pode se interessar mais ou menos por uma determinada obra.

Exemplo: Durante a ditadura militar, muitos artistas se propuseram a representar a repressão dos militares, como fez Cláudio Mota na sua obra "Quem matou Herzog?".

É importante buscar significados, mas, sobretudo, aproveite para contemplar e buscar os seus significados pessoais diante da obra.

Michela Mendes é graduada em História pela FCL/Universidade Estadual Paulista, Assis, e especialista em História da Arte pela Universidade Estadual de Londrina.



Leonardo da Vinci, "Mona Lisa", 1503-1506, óleo s/ madeira, Louvre, Paris



Jan van Eyck, "O casamento dos Arnolfini", 1434, óleo s/ madeira, Louvre



Cláudio Mota, "Quem matou Herzog?", 1972, óleo s/ tela, Museu de Arte de São Paulo



Sandro Botticelli, "Nascimento de Vênus", 1482, Florença

1 - Cartola (Calibri) | 2 - Logotipo | 3 - Título (Calibri Bold) | 4 - Corpo de texto (Palm Springs) | 5 - Legenda (Calibri)

Fonte: Lucas Miolla

FIGURA 18 – Página 8

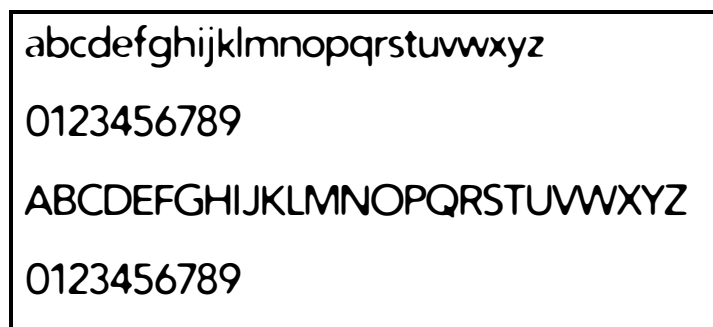


1 - Cartola (Calibri) | 2 - Logotipo | 3 - Título (Calibri Bold) | 4 - Corpo de texto (Palm Springs) | 5 - Legenda (Calibri) | 6 - Crédito (Calibri)

Fonte: Lucas Miolla

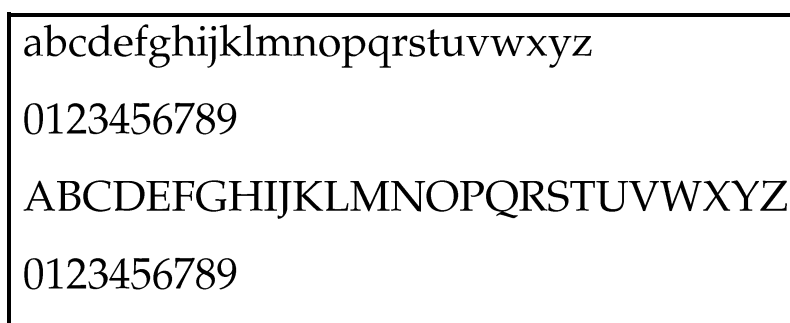
Alfabeto institucional: Allen Hurlburt (2002, p.98) diz que “A tipografia sempre foi o principal elemento da página impressa. Hoje atinge o seu ponto de mais alta prioridade no mundo do design”. Para manter uma unidade, apenas quatro tipografias foram usadas, tentando, antes de tudo, ser fiel ao projeto do Imparcial. São elas:

FIGURA 19–Fonte Distro



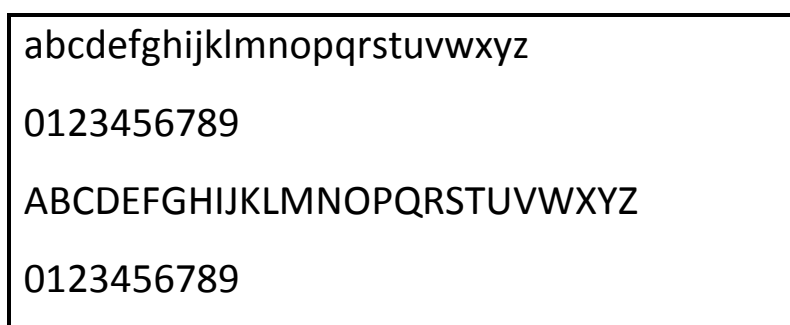
Fonte: Microsoft Office 2013

FIGURA 20–Fonte: PalmSprings



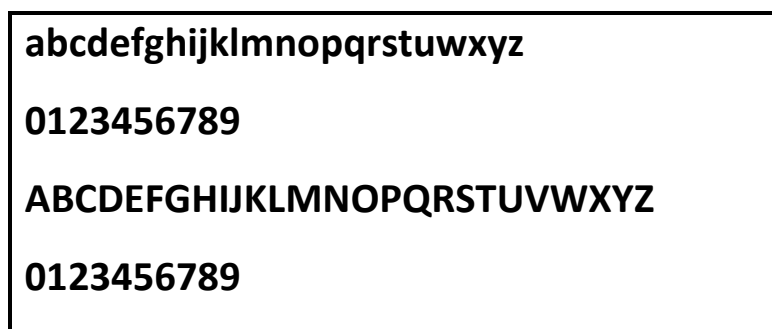
Fonte: Microsoft Office 2013

FIGURA 21 – Fonte: Calibri



Fonte: Microsoft Office 2013

FIGURA 22 – Fonte: Calibri Bold



Fonte: Microsoft Office 2013

Anunciantes: todo produto jornalístico precisa se pagar. Isso é feito por meio de anunciantes que, interessados pelo produto e seu conteúdo, escolhem anunciar ali. Damasceno (2013) pontua que a propaganda é a “[...] fornecedora de renda bruta para sustentação da grande maioria dos jornais”. Para Frost (apud FARIA, 2008, p.105) “Propaganda é um ingrediente chave para qualquer publicação produzida no capitalismo tradicional ocidental. Quer nós (...) gostemos ou não, é a propaganda que geralmente paga as contas e traz lucros que permitirão que a empresa continue no mercado”.

Os jornais têm um departamento responsável por todos os trâmites que dizem respeito aos anúncios, como tamanho, localização e valor:

O departamento de vendas de propaganda vende espaços predefinidos ou os chamados módulos do jornal. Os diferentes espaços podem ser, por exemplo, uma página inteira, central ou um quarto de página. O sistema de módulos é baseado na divisão de uma página em uma tabela. O preço é determinado dependendo de quantas linhas e colunas você necessita para seu anúncio. (DANCKWARDT apud FARIA, 2008, p.105)

Como o Mosaico é um piloto pensado para ser veiculado pelo jornal O Imparcial, o departamento comercial da empresa ficaria responsável pelos anúncios, como observa Silva A. (2014b), diretor executivo do jornal. Silva A. (2014b) também diz: “Como é um projeto especial, ele deve ser oferecido de forma específica a determinados anunciantes. O jornal tem milhares de anunciantes ativos e muitos deles compram reservas de espaços para utilizar conforme sua necessidade”.

Silva A. (2014b) acredita que “O investimento de cada um, por edição, ficaria entre R\$ 2.680,00 e R\$ 2.056,00 (conforme o volume adquirido antecipadamente)”.

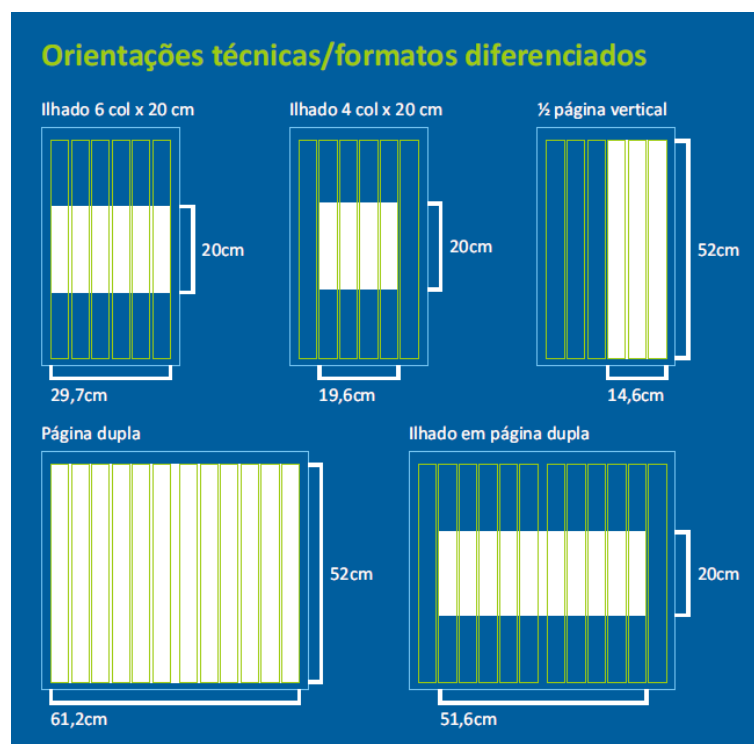
O Imparcial oferece alguns formatos de anúncios:

FIGURA 23 – Formatos de anúncios sugeridos – O Imparcial



Fonte: MídiaKit - O Imparcial

FIGURA 24 – Formatos de anúncios diferenciados – O Imparcial



Fonte: MídiaKit - O Imparcial

FIGURA 25 – Formatos de anúncios diferenciados – O Imparcial



Fonte: Mídiakit - O Imparcial

10.9 Recursos Técnicos

O grupo utilizou as seguintes ferramentas: dois notebooks da marca Dell; um smartphone da marca Samsung; uma câmera fotográfica Nikon D90.

10.10 Recursos Financeiros

Para a viabilização deste trabalho, foram necessários os seguintes investimentos, distribuídos entre os pesquisadores: peça teórica – R\$ 500,00 em serviços de impressão e encadernação; peça prática – R\$ 400,00 reais em impressão, R\$ 400,00 em serviços de diagramação. Houve também gastos com transporte para dois automóveis, utilizados em entrevistas, aproximados a R\$300,00. Com isso, a verba total gasta neste trabalho foi de R\$1.600,00.

10.11 Recursos Humanos

Este trabalho foi realizado em todas as suas etapas por Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento. Na peça prática, houve a

participação do publicitário Lucas Miolla, responsável pela diagramação e pelas ilustrações. A historiadora e especialista em história da arte Michela Mendes contribuiu com uma matéria para a seção Qual é o Parangolé?.

11 MEMORIAL DESCRITIVO

Este capítulo é reservado à descrição dos processos da pesquisa desde a formação do grupo até a finalização da peça prática. Os pesquisadores envolvidos neste trabalho são Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento.

11.1 O Pré-projeto

A princípio, os dois pertenciam a outro grupo, com cinco integrantes, que já estava formado há pelo menos dois anos.

No decorrer da pesquisa, perceberam que o tema em questão não agradava e, juntando isso a outros obstáculos encontrados no decorrer da pesquisa, optaram por deixar o grupo e desenvolver outro tema. Tomada a decisão, aconselharam-se com a professora Maria Luisa Hoffmann, responsável pela disciplina Projetos Experimentais, que apoiou a dupla.

Após comunicar ao grupo a saída, o desafio foi encontrar um tema pertinente em pouco tempo, pois teriam quatro dias para entregar um novo projeto. A princípio, sabiam que queriam desenvolver algo sobre jornalismo cultural, já que os dois integrantes são apaixonados pela área.

Conversaram com a professora Carolina Zoccolaro Costa Mancuzo que sugeriu a ideia de se fazer algo com o Caderno 2 do jornal O Imparcial. Após isso, a professora expôs a ideia ao professor Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior, que sugeriu uma proposta ao caderno.

Comunicada a ideia à professora Giselle Tomé da Silva, que é ex-editora chefe do Imparcial, esta sugeriu a criação de um novo suplemento cultural para o jornal, diferente do que é o Caderno 2. A ideia foi imediatamente aceita pela dupla que iniciou, então, o desenvolvimento do projeto.

O projeto pronto foi apresentado à banca composta por três professores da Facopp em maio de 2013, a banca de qualificação, que, após apontar correções, aprovou a projeto.

O próximo passo, finalizadas as correções, foi o cadastro do projeto no Comitê Central de Pesquisa (CCPq) e, depois, o cadastro e submissão do projeto ao Comitê Assessor de Pesquisa Institucional (CAPI) e Comitê de Ética em

Pesquisa (CEP). O projeto obteve aprovação direta nos dois comitês e, de posse do parecer final, os pesquisadores deram início às entrevistas.

11.2 O Trabalho de Conclusão de Curso

11.2.1 Peça teórica

Enquanto o projeto estava sendo avaliado pelo CAPI e CEP, a bibliografia passou a ser complementada nos meses de dezembro e janeiro, período de férias da faculdade. Mas a maioria do material bibliográfico já havia sido reunida nos meses anteriores. A princípio, houve uma investigação para conhecimento de autores e trabalhos relevantes na área pesquisada. Depois, a filtragem do material que mais se adequava ao tema em questão. Feito isso, a dupla dividiu a bibliografia para início de leitura e fichamento.

Além da bibliografia, os pesquisadores passaram a analisar o suplemento *Ilustríssima*, da Folha de S. Paulo. Pois a ideia era produzir um suplemento nos moldes da *Ilustríssima*, com sua inovação visual e de conteúdo.

Após aprovação do CAPI e CEP, as entrevistas foram realizadas. A aprovação direta nos dois comitês e o fato da dupla não ter demorado a cadastrar a pesquisa, proporcionou rápida evolução no trabalho, que dependia da realização das entrevistas para compor o referencial teórico.

11.2.2 Peça prática

Pensar um suplemento cultural que fosse adequado ao modelo editorial do jornal *O Imparcial* e, que ao mesmo, tempo veiculasse um jornalismo cultural que rompesse com os paradigmas e vícios dos cadernos de cultura atuais foi um desafio. Foi necessária intensa pesquisa para que não se caísse na mesmice, correndo o risco de falhar na inovação, uma das propostas desta pesquisa.

Parte dos autores escolhidos para embasamento teórico da pesquisa é composta por estudiosos que dedicaram seu tempo estudando os modelos vigentes de jornalismo cultural produzido no Brasil, assim como sua história e evolução, apresentando, ao final, caminhos e possíveis soluções para que se produza um novo

jornalismo cultural. E foi partindo destes estudos que o suplemento Mosaico foi tomando forma.

Foi feito um *raf* do suplemento para que os pesquisadores pudessem vislumbrar como queriam o produto antes da elaboração gráfica. O primeiro *raf* não foi mudado, apenas o logotipo, que passou por várias modificações antes que se chegasse ao formato atual. Desde o princípio a dupla decidiu que o suplemento deveria agradar a todas as classes sociais e econômicas, já que acredita na democratização da informação e da cultura. Assim, a elaboração deveria congregiar aspectos que não fugissem deste ideal, ao mesmo tempo em que primasse por um produto que não destoasse da linha editorial.

Feito isso, a dupla definiu, a princípio, que a diagramação não seria terceirizada, já que possuem conhecimento no software *Adobe Indesign*, usado para diagramação de jornais, e queriam participar de todos os processos de criação do suplemento, apesar do pouco tempo. Mas após alguns dias, os pesquisadores concluíram que melhor seria a terceirização da diagramação da peça prática, já que o tempo era bem curto. Porém, a concepção do projeto gráfico já havia sido definida, deixando para o diagramador apenas a tarefa de execução, e não de produção gráfica.

Lucas Miolla, responsável pela diagramação, seguiu o projeto gráfico e propôs, inclusive, opções de ilustrações que foram acatadas. O contato entre o diagramador e os pesquisadores foi diário e por e-mail. A cada dia novas alterações eram feitas e páginas eram submetidas à avaliação da professora orientadora.

Os pesquisadores deixaram de incluir conteúdo na peça teórica a partir da semana da páscoa, para se dedicarem apenas à finalização da peça prática. Correções, normatizações e revisões foram feitas na peça teórica, enquanto isso, na peça prática, as páginas eram finalizadas.

Decidiu-se que a peça prática ainda não seria entregue em formato *standard* e papel jornal para a banca de qualificação, já que correções ainda podiam ser feitas. Assim, o suplemento foi impresso em folhas A3 e uma versão no formato flash foi disponibilizada aos membros da banca para que vislumbassem como seria o folhear o Mosaico em seu formato final.

11.2.3 Banca de qualificação

A banca de qualificação, ocorrida no dia sete de maio, apontou correções na peça teórica e na peça prática. A maior parte delas referentes às normas da ABNT, o que deixou a dupla mais tranquila.

Quanto à peça prática, os membros da banca optaram pela entrega ainda em formato A3, isto porque havia a possibilidade de o Mosaico ser veiculado como caderno especial pelo Imparcial. Assim, a impressão no formato *standard* e em papel jornal, deveria ser feita apenas após a banca de defesa final, já que ainda havia a possibilidade de ocorrer algum pedido de alteração.

Depois disso, o grupo teve 15 dias para fazer as adequações antes da entrega para a banca de defesa.

12 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas pesquisas sobre os primeiros registros de tentativas de se estabelecer uma comunicação, ainda rudimentar, percebe-se que a invenção do alfabeto foi a primeira grande responsável por estabelecer a comunicação de forma efetiva.

Com a invenção do papel e dos tipos móveis, a informação passa a alcançar distâncias maiores e a estreitar vínculos. O conhecimento, até aí restrito à Igreja e nobreza, ultrapassa barreiras e se populariza.

Antes dos tipos móveis, embriões manuscritos do que hoje se conhece como jornal, já circulavam com informações mercantis. Eram as chamadas gazetas. Com a necessidade inerente à humanidade de saber o que ocorre ao seu redor, os jornais passaram a veicular notícias, com atualidade, periodicidade, universalidade e publicidade.

Os acontecimentos históricos que se seguiam, com destaque à Revolução Industrial, que desencadeou um surto de alfabetização, modificaram e deram o tom do jornalismo de hoje. Ocorre que as novas realidades às quais o jornalismo foi submetido interferiram diretamente no conteúdo veiculado, no formato, no design e em todo o resto.

O jornalismo especializado nasceu para atender às exigências do mercado, visto que segmentar a informação foi a maneira encontrada para promover a aproximação do leitor com o veículo e fazer frente aos novos meios que disputavam a atenção do consumidor. Não era tarefa fácil concorrer com a mobilidade e praticidade do rádio e com as imagens com som e movimento da TV.

O jornalismo cultural, inaugurado com o lançamento da revista inglesa *The Spectator*, em 1711, surgiu como uma editoria para abordar manifestações e produtos culturais. Leia-se, literatura, música, cinema, artes plásticas, teatro etc. Os primeiros cadernos do tipo versavam quase sempre sobre literatura, incluindo, posteriormente, as outras artes.

Como tudo se transforma, o jornalismo cultural também se transformou ao longo do tempo. A menção a crises no segmento é recorrente. A expansão do espaço da editoria para agregar horóscopo e colunas sociais divide opiniões.

Para produzir um suplemento cultural como proposta ao jornal O Imparcial, único e mais antigo jornal de Presidente Prudente, que circula em 33

idades, um minucioso trabalho de pesquisa foi feito. Conhecer todo o histórico desta editoria, assim como teorias e estudos mais recentes foi o primeiro passo para que um rascunho do suplemento começasse a surgir.

Foi constatado, então, que apesar da crise anunciada e propalada por seus pesquisadores, os cadernos culturais ainda estão entre os mais queridos pelos leitores. A existência de um público interessado em matérias de qualidade, foi reafirmada neste estudo. Fato já constatado em outras pesquisas e que explica o motivo desses suplementos serem uma das sessões mais lidas do jornal.

Também serviu como parâmetro, a observação da editora chefe do Caderno 2, Danielle Merlin, e do atual secretário de cultura de Presidente Prudente, Fábio Nogueira, que foram enfáticos em dizer que há espaço para um suplemento cultural para O Imparcial. E mais: acreditam que algo novo deve ser feito no jornalismo cultural prudentino, o que ratifica a ideia de produzir um suplemento diferente em conteúdo e tratamento visual.

Como a homogeneização e a superficialidade dos conteúdos figuram na maioria das pesquisas sobre o assunto como desencadeadoras de sua crise, uma maneira de neutralizá-las foi pensada pelos pesquisadores, também amparados pela bibliografia. Uma das saídas é a migração do jornalismo cultural dos cadernos diários para os suplementos semanais, quinzenais ou mensais, já que a rotina das redações diárias foi apontada como um dos motivos que reforçam a crise no segmento.

Os estudos do pesquisador Stuart Hall definiram a primeira característica que norteou a produção, quando apresentou a ideia de *McDonaldização* da cultura, um efeito de standardização que afeta os produtos culturais e, de acordo com ele, um processo nocivo: “A cultura global necessita da ‘diferença’ para prosperar — mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial”. (HALL, 1997, p.3)

Partindo disso, o suplemento foi concebido de maneira a oferecer um produto com conteúdo diferenciado do veiculado pelo Caderno 2, o caderno de cultura do Imparcial. Mas desde o princípio a ideia era a de que não fosse um substituto melhor ou pior que o atual caderno veiculado, mas sim uma extensão, um complemento ao que já é feito, cumprindo, assim, a tarefa de não homogeneizar o jornalismo cultural oferecido pelo impresso na região.

Além da bibliografia, as entrevistas realizadas deram parâmetro para que as escolhas das editorias se dessem de maneira a contemplar o que ainda não

era oferecido pelo Caderno 2, ao mesmo tempo em que seguissem o que estudos recentes apontam como formas de abordar e resgatar o jornalismo cultural.

Oferecer um caderno de cultura atraente implicaria em oferecer não apenas um conteúdo atraente, mas que este conteúdo também fosse veiculado em uma plataforma visualmente sedutora, ponto relevante verificado em pesquisas e citado por entrevistados. Sempre levando em consideração de que não é uma revista, e sim um suplemento cultural para jornal impresso.

Ao mesmo tempo, o grupo também objetivava atingir toda a população consumidora do Imparcial, sem limites de idade, classe social ou escolaridade. Pois um dos princípios norteadores da pesquisa é o de que todos têm o direito de ter acesso aos mais diversos produtos e manifestações culturais. O combate à exclusão social é um dos pilares deste trabalho.

O exercício do jornalismo por meio da apuração, produção de pautas, entrevistas, reportagens e matérias, atuando diretamente em todo o processo que envolve a execução de um projeto desse porte, foi um desafio prazeroso, no qual a dupla se debruçou para resgatar todo o aprendizado absorvido nas aulas. A produção de uma peça prática se mostrou essencial para a formação dos discentes do curso.

Desta forma, este Trabalho de Conclusão de Curso não tem a pretensão de ser um fim, mas um meio. Contribuir com futuras pesquisas, despertar o interesse pelo jornalismo cultural e cooperar com a bibliografia jornalística está acima de qualquer interesse particular.

Como constatado por esta pesquisa, este segmento é colocado em segundo plano pelas empresas jornalísticas, sendo privado de investimentos, atenção e tendo seu espaço no jornal diminuído ao longo dos anos. Assim, trabalhos como este se mostram de extrema relevância para que o jornalismo cultural se mantenha vivo, já que, como verificado, continuam entre os preferidos pelo leitor.

Para os pesquisadores, futuros jornalistas, participar de uma pesquisa como esta, que oferece a experimentação de todos os processos jornalísticos conhecidos em sala de aula, e proporciona a experiência de se tornar o ator do processo, a experiência foi indiscutivelmente enriquecedora e primordial para a formação profissional

A possibilidade de difundir o jornalismo cultural, fornecer o acesso a bens e produtos culturais a partir do suplemento cultural Mosaico e colaborar com a

formação humanitária de cada leitor, extrapola as dimensões dos objetivos iniciais desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2000.
- ABREU, Diógenes. **Revista O Momento**. Presidente Prudente, ano 1, n.2, ago. 1977.
- ALZAMORA, Geane. Do texto diferenciado ao hipertexto multimidiático: perspectivas para o jornalismo cultural. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte. (Org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências**. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p.39-52.
- AMARAL, Luís. **Técnica de jornal e periódico**. 4. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- ANCHIETA, Isabelle. Jornalismo cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte. (Org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências**. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p.53-67.
- ASSIS, Francisco de. Jornalismo cultural brasileiro: aspectos e tendências. **Rev. Estud. Comum**. Curitiba, v.9, n.20, p.183-192, set./dez. 2008.
- ASSIS, Francisco de. Jornalismo de variedades: cartografia de uma especialidade da imprensa. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v.34, n.1, p.105-128, jan./jun. 2011
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. IVC constata crescimento de 4,2% na circulação dos jornais. Disponível em: <http://www.anj.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=315:ivc-constata-crescimento-de-4-2-na-circulacao-dos-jornais&catid=89&Itemid=1310&tmpl=component&print=1&layout=default&page=>. Acesso em: 16 mar. 2014.
- AUGUSTO, Sérgio. In: MARQUES, Fabrício. Precisamos democratizar o elitismo: entrevista com Sérgio Augusto. **Suplemento Nave Errante: reflexões sobre o jornalismo cultural**. Belo Horizonte, edição especial, p.3-8, 2012.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: as técnicas de jornalismo**. 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BARRETO, Ivana. As Realidades do Jornalismo Cultural no Brasil. **Revista Contemporânea**. Rio de Janeiro, v.4, n.7, p. 65-73, jul./dez. 2006. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_07/08IvanaBarreto.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2014.
- BRAGA, Teodomiro. 13 anos de conquistas e muita disposição para crescer mais. **O Tempo**, Contagem, 21 nov. 2009. Disponível em: <<http://otempo.com.br/otempo/noticias/?IdNoticia=127223>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

BUENO, Silveira. **Silveira Bueno**: minidicionário da língua portuguesa. 2. ed. São Paulo: FTD, 2007.

CARVALHO, Carmen. Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0136-1.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2013.

CAVALCANTI, Jardel Dias. Parangolé: anti-obra de Hélio Oiticica. **Digestivo cultural**. Colunas, dez. 2012. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/colunistas/coluna.asp?codigo=856&titulo=Parangole:_anti-obra_de_Helio_Oiticica>. Acesso em: 15 mar. 2014.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. 13. ed. São Paulo: Ática, 2004.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. 17. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

COELHO, Teixeira. Outros olhares. In: LINDOSO, Felipe (Org.). **Rumos [do] jornalismo cultural**. São Paulo: Summus; Itaú Cultural, 2007, p.24-29.

CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves; ARAÚJO, Aline Louise Queiroga. A forma dos jornais: lugar de fala dos periódicos ludovicenses. **Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA**. São Luís, ano 19, n.9, p. 4-19, jul./dez., 2011. Disponível em: <http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2011_2/queiroga.pdf>. Acesso em: 09 out. 2013.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do grito ao satélite**. 4. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2001.

CORREIA JÚNIOR, Milton. Aberta a temporada de formato reduzido. Portal negócios da comunicação. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/19/artigo202316-1.asp>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

CUNHA, Leonardo Antunes; TEIXEIRA, Nísio Antônio; MAGALHÃES, Luiz Henrique Vieira de. Dilemas do jornalismo cultural. **Revista Temas: Ensaios de Comunicação**. Belo Horizonte, v.1, n.1, ago./dez. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ferreira-magalhaes-dilemas-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2014.

DAMASCENO, Patrícia Lopes. **Design de Jornais**: projeto gráfico, diagramação e seus elementos. 2013. Disponível em: <<http://www.recensio.ubi.pt/modelos/documentos/documento.php3?coddoc=3446>>. Acesso em: 15 mar. 2014

DAPIEVE, Arthur. Mídia e cultura brasileira. In: ALMEIDA, Cândido Mendes (Org.). **Cultura brasileira ao vivo: cultura e dicotomia**. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (Org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio São Paulo: Loyola, 2002.

DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. 6. ed. São Paulo: Summus, 1996.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 62-83.

DUARTE, Marcia Yukiko Matsuuchi. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p.215-235.

ERBOLATO, Mário. **Jornalismo especializado: emissão de textos no jornalismo impresso**. São Paulo: Atlas, 1981.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 2008.

FARIA, José Neto de. **Design, tecnologia e cultura contemporânea: do jornal impresso ao jornal em e-paper**. 2008. 150 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

FRAGA, Thais Gomes. **Os subterrâneos emergem: a institucionalização da cultura e a temporada dos museus no Rio Grande do Sul**. 2004. 159 f. Dissertação (Mestrado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. **Paidéia**, Ribeirão Preto, v.14, n.28, p.139-152, 2004.

FREIRE, Eduardo Nunes. O design no impresso diário. Do tipográfico ao digital. **Revista Galáxia**, São Paulo, n.18, p.291-310, dez. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2658/1703>>. Acesso em: 01 fev. 2014.

FREITAS, Sydney; SHOENACHER, Rodrigo. Mudança de formato de jornais: como o periódico The Guardian mudou tudo, exceto seus valores. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN, 5., 2009, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: 2009. Disponível em: <<http://ppd.esdi.uerj.br/wp-content/uploads/2013/05/SCHOENACHER-R.-Mudanca-de-Formato-de-Jornais-Como-o-Periodico-The-Guardian.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2013.

FRIAS, Lena. Mídia e cultura brasileira. In: ALMEIDA, Cândido Mendes. (Org.). **Cultura brasileira ao vivo: cultura e dicotomia**. Rio de Janeiro: Imago, 2001.

GADINI, Sérgio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

GADINI, Sérgio Luiz. Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais: Imagens no jornalismo cultural: Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. São Leopoldo, v.7, n.3, p.233-240, set./dez. 2006.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

GERSON, Deborah Catanni. Ilustríssima: um reflexo no elitismo do jornalismo cultura da Folha de S. Paulo. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero**. São Paulo, v.5, n.2, nov./dez. 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/viewFile/8631/7962>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

GOLIN, Cida. Jornalismo cultural: reflexão e prática. In: Sete propostas para o jornalismo cultural. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte. (Org.). Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p.23-38.

GRUSZYNKI, Ana Cláudia. Entre palavras, imagens e diagramas: o lugar do design na formação do jornalista cultural. **Revista Comunicação Midiática**. Porto Alegre, v.7, n.3, p.146-159, set./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/156/156>>. Acesso em: 28 fev. 2014.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; LINDEMAN, Cristiane. O design editorial de suplementos de cultura: um olhar sobre os jornais Folha de S. Paulo e Zero Hora. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35., 2012. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0544-1.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia; AMARAL, B. O. O design das capas do jornal Zero Hora de 1990 a 2010. In: **Brazilian Journalism Research (BJR)**. v.7, n.1, 2011. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/290/306>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v.22, n.2, p.15-46, jul./dez. 1997.

HURLBURT, Allen. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 2002.

JACQUES, Paola Berestain. Parangolés de Oiticica/Favelas de Kawamata. In: BRAGA, Paula (Org.). **Fios soltos**: a arte de Hélio Oiticica. São Paulo: Perspectiva, 2008.

JANSON, Horst Woldemar. **História da Arte**. Lisboa: Fundação Calouse Gulbenkian, 1998.

JANUÁRIO, Marcelo. **O olhar superficial**: as transformações no jornalismo cultural em São Paulo na passagem para o século XXI. 2005. 248 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

JOHNSON, Telma Sueli Pinto. Jornais eletrônicos do Brasil: a primeira geração. In: ENCONTRO DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 4., mai./jun. 2006, São Luiz. **Anais eletrônicos...** São Luiz, 2006. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/files/others/johnson-telma-jornais-eletronicos.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do foca**: guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto, 2010.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 25. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, c2013.

LOPES, Dirceu Fernandes. Uma história marcada por censura e resistência. **Jornal da USP online**. Ano 23, n.831, 2 a 6 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.usp.br/jorusp/arquivo/2008/jusp831/pag08.htm>>. Acesso em: 28 fev. 2014.

MAIA, Andréa Karinne Albuquerque. A individualização das pautas no jornalismo cultural impresso. **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano**, Niterói, v.3, n.3, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/75/68>>. Acesso em: 02 mar. 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a saga dos cães perdidos. 2.ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

MELO, José Marques de. Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas. **Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, ano XIV, n.65, p.20-29, jul./dez. 1991.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. **Vestígios da travessia**: 50 anos de jornalismo – da imprensa à internet. São Paulo: Paulus, 2009.

MELO, Patrícia Bandeira de. Um passeio pela história da imprensa: o espaço público dos grunhidos ao ciberespaço. **Comunicação e Informação**, v.8, n.1, p.26-38, jan./jun. 2005.

MERLIN, Danielle. **Editora de cultura do jornal O Imparcial**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros, 27 fev. 2014.

MOLINA, Matías M. **Os melhores jornais do mundo**: uma visão da imprensa internacional. 2. ed. São Paulo: Globo, 2008.

MOURA, Luiz. **Vendem-se horas ociosas**. Portal da Comunicação, São Paulo, 18 ago. 2006. Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br/graficas-livros/21/artigo205297-1.asp>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

NEVES, L. J. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.1, n.3, p.1-5, 2º sem. 1996.

NIGRE, Leandro. **Editor executivo do jornal O Imparcial**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento, 28 fev. 2014.

NOUGUEIRA, José Fábio Sousa. **Secretário de cultura de Presidente Prudente**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento, 19 mar. 2014.

PACHECO, Rodrigo Schoenacher. **Design de jornal impresso**: a relação entre formato e usabilidade. 2011. 213 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

PASTORE, Dalton. In: DESGUALDO, Paula; VENCESLAU, Pedro. Design – Jornal do Brasil e a moda do berliner. **Portal Imprensa**, 30 mai. 2006. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/portal/ultimas_noticias/2006/05/30/imprensa7646.shtml>. Acesso em: 22 fev. 2014.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contexto, 2010.

PIERANTI, Octavio Penna; MARTINS, Paulo Emílio Matos. Nelson Werneck Sodré e “História da Imprensa no Brasil”: uma análise da relação entre Estado e meios de comunicação de massa. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB, 29., 2006, Brasília. **Anais eletrônicos...** Brasília: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 6 a 9 set. de 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1071-3.pdf>>. Acesso em: 08 fev. 2014.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

ROCHA, Tião. As tramas da identidade. **Revista Onda Jovem**, n.3, nov. 2005. Disponível em: <<http://www.revistaondajovem.com.br/materiadet.asp?idtexto=31>>. Acesso em: 23 de janeiro de 2014.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 14. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SILVA, Alberto Deodato Bagli da. **Diretor executivo do jornal O Imparcial**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento, 27 fev. 2014.

SILVA, Alberto Deodato Bagli da. **Diretor executivo do jornal O Imparcial**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento, 16 mai. 2014b.

SILVA, Deodato. **Diretor administrativo do jornal O Imparcial**. Entrevista concedida a Ricardo Mancini de Oliveira Barros e Viviane Claudia Vieira do Nascimento, 27 fev. 2014.

SILVA, Wilsa Carla Freire da. **Cultura em pauta**: um estudo sobre o Jornalismo Cultural. 1998. 234 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

SOUZA, Marina de Magalhães. Ensino do jornalismo cultural: uma proposta de inclusão social. In: AZZOLINO, Adriana Pessatte. (Org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p.79-92.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a mediação de um ethos na sociedade contemporânea. **Em Questão**, Porto Alegre, v.13, n.1, p.41-56, jan./jun. 2007.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. **Estudos em Comunicação** n.5, p.115-133, maio 2009.

TEIXEIRA, Nísio. **Impacto da internet sobre a natureza do jornalismo cultural**. Belo Horizonte: PUC-MG/UNI-BH, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/teixeira-nisio-impacto-da-interne.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

WERNECK, Humberto. A ditadura do best-seller. In: LINDOSO, Felipe (Org.). **Rumos [do] jornalismo cultural**. São Paulo: Summus; Itaú Cultural, 2007, p.64-71.

ANEXOS

**ANEXO A
ENTREVISTAS**

DANIELLE MERLIN

Editora chefe do Caderno 2, do jornal O Imparcial

Data: 27/02/2014

Local: Jornal O Imparcial

Obs.: A entrevista não foi gravada a pedidos da editora chefe, porém, enquanto ela respondia, os pesquisadores anotavam suas respostas.

Quando O Imparcial viu a necessidade de criar o Caderno 2 e de quem foi a ideia?

Não sei afirmar quando nasceu essa necessidade, nem de quem foi a ideia. Talvez o Deodato saiba afirmar com precisão, ou o Leandro. Mas uma data exata ou só uma ideia de quando ele surgiu, eu não sei te dizer.

O Caderno 2 teve desde o princípio o intuito de abordar sobre cultura?

Não só sobre cultura. Como o jornal se divide em 1º Caderno, que são notícias de assuntos nacionais, internacionais e esporte; Cidades, que são matérias sobre a região de Presidente Prudente, incluindo matérias sobre economia, política e saúde; o Caderno 2 existe para abordar atividades culturais que incluem música, teatro, dança, cinema e TV. Como o jornal não tem cadernos específicos sobre gastronomia e moda, esses assuntos acabam sendo retratados no Caderno 2.

Algo que é novo no Caderno 2 é a página 3, que é dedicada ao público infantil e começou a circular faz pouco tempo, no dia dois de fevereiro. Essa página tem um conteúdo voltado só para as crianças. É agenda cultural, passatempo, tirinhas e um espaço que chama Close Criança, que é um espaço para as mães enviarem as fotos dos seus filhos. Também existe o espaço livre, dedicado aos desenhos e às poesias feitas pelas crianças que enviam para o jornal. Além disso, existe sempre uma matéria dedicada para esse público, com uma abordagem bem simples e fácil. A página conta com bastantes fotos e recursos visuais para chamar a atenção e também dá dicas de livros infantis. O objetivo é incentivar a ler e escrever, além de incentivar o hábito de ler jornal.

Qual é a linha editorial do Caderno 2?

Por ser um caderno de cultura, ele permite que os textos sejam mais leves, criativos. Os repórteres podem viajar mais, ter mais liberdade. É um caderno que é difícil ter reclamações do público sobre as matérias.

Recebemos vários e-mails sobre eventos que vão acontecer na cidade. Mas na redação o que predomina é o rádio. Ele está sempre ligado. É de onde tiramos a maioria das informações. Além da TV e dos outdoors e anúncios espalhados pela cidade. Tem também os sites oficiais dos artistas. Quando tem uma peça na cidade, por exemplo, é comum os produtores virem até aqui para pedirem pela cobertura.

O Caderno 2 também dá sinopses de novelas, horóscopo e cruzadinha. As pessoas sempre ligam na redação para falar sobre isso. Para saber a resposta da cruzadinha ou avisar que a sinopse da novela está atrasada, que aquilo já passou na TV.

Existem também as matérias da Agência Estado. O jornal paga por elas, é um pacote de assinatura. Mas as notícias de Prudente e região são a prioridade. Algumas matérias vêm de assessorias de imprensa, como essa aqui do livro da Ana Maria Braga, quem enviou pra gente foi a própria editora.

É muito comum as pessoas pedirem para divulgarmos festas particulares, que acabam sendo anúncios. Quando isso acontece, a gente pede para que eles falem com o pessoal do Comercial, porque são matérias pagas. Até por que a gente precisa saber que quando vai acontecer um evento, se ele é relevante para a sociedade. Ele é beneficente? É em prol de alguma instituição? É gratuito? Porque o nosso objetivo é servir à comunidade.

Qual a sua opinião sobre o cenário cultural de Presidente Prudente?

O cenário hoje é bem diferente de quando eu entrei aqui no jornal em 2003. Naquela época ainda não tinha o Matarazzo nem o Sesc. Hoje existem mais opções de cultura. Todos os sábados tem show no Sesc e todos os domingos tem eventos infantis. O Matarazzo realiza vários eventos gratuitos e agora em junho vai estrear um novo teatro com capacidade para 600 pessoas, o que deve aumentar ainda mais o circuito cultural. O turismo e a economia da cidade estão ligados a esses eventos. Por exemplo, a gravação do DVD do Munhoz e Mariano, dá um agito na cidade. A cidade é vista, vem pessoas de fora, o comércio lucra com isso, o tiozinho que vende churrasquinho na porta do estádio lucra com isso. Além disso, existem os eventos fixos, como o Fentepp

que acontece todo mês de setembro, a Virada Cultural Paulista que acontece em junho, o Salão do Livro que acontece em novembro e os rodeios e as exposições.

Quais as maiores dificuldades enfrentadas pelo Caderno 2?

A maior dificuldade está na cobertura dos eventos. Muitas vezes não é possível fazer uma cobertura por conta dos horários de trabalho dos funcionários do jornal. Como a maioria dos eventos acontecem nos finais de semana e durante a noite, é comum mostrarmos que vai acontecer o evento, mas não fazer essa cobertura e depois dar uma nota pequena sobre como foi.

É nisso que eu acho que o suplemento que vocês estão propondo se encaixa. Porque vocês propõem uma cobertura dos eventos. Então a gente poderia notificar no jornal os eventos que aconteceriam na cidade no decorrer de um mês e aí o suplemento de vocês trazer essa cobertura.

Já quando o evento é durante a semana não, a gente sempre está presente. No Salão do Livro, por exemplo, o estagiário ficava no local o tempo todo nos mandando fotos e os textos sobre o que estava acontecendo.

Você acha que é possível a criação de um suplemento? Ele seria bem aceito pelo público do Imparcial?

Acredito que sim, exatamente por causa da cobertura. Seria bem aceito e o público está preparado. Existe uma demanda. Os organizadores dos eventos querem a presença do Imparcial. Seria uma inovação e as inovações sempre foram bem-vindas no jornal, como por exemplo, a página 3 do Caderno 2, a parte infantil. Ou o Canal 1, sempre na última página do Caderno 2, que é a coluna do Flávio Rico e traz informações sobre celebridades e novelas. Essa coluna é bem aceita pela comunidade e o que for novidade tem espaço dentro do nosso público.

ALBERTO DEODATO BAGLI DA SILVA

Diretor executivo do jornal O Imparcial

Data: 27/02/2014

Local: Jornal O Imparcial

Obs.: Para gravar a entrevista foi usado um smartphone Samsung Pocket Galaxy GT-S5300B.

Que tipo de estudo foi feito para concebê-lo?

Estudo sobre cores, tipografia, tendências de mercado, pesquisas com leitores sobre preferências e consultas a dezenas de impressos brasileiros e internacionais.

Houve inspiração em outros veículos?

Sempre é possível encontrar em outros projetos pequenas soluções que farão muita diferença nos processos de edição e paginação. O estilo do nosso projeto gráfico é próprio, mas algumas ferramentas são comuns a diversos impressos. Vale Paraibano, Propmark e Cruzeiro do Sul costumam ser ótimas referências para mim.

Qual a tipografia usada e por que?

Textos mais longos pedem tipos serifados, que suavizam a leitura. Para evitar a tradicional e bem sucedida Times New Roman, adotamos a Palm Springs, que é bem parecida, mas diferente de tantas outras usadas pelos jornais brasileiros. É mais elegante que a Times. Essa família era usada no projeto anterior também nos títulos, mas a versão atual adota a família Calibri, nos títulos, legendas e elementos gráficos de todos os cadernos. A ideia foi diferenciar os títulos dos textos e a Calibri oferece a espessura e arredondamento ideal que buscávamos para o projeto. Ela funciona bem em qualquer editoria e as variações do redondo para o negrito são bem acentuadas.

Quais as cores escolhidas e por que?

O meio jornal tem características próprias de impressão, e isso pode variar de jornal para jornal, conforme o equipamento e os insumos usados. A mistura de ciano, magenta, amarelo e preto, são planejadas de acordo com a atmosfera de cada caderno e a proporção leva em conta o resultado final da impressão pelo nosso parque

gráfico. As mesmas cores, se impressas em uma gráfica comercial, provavelmente resultarão em tonalidades diferentes.

Qual o tamanho que as fotos ocupam na página?

Nosso formato é standard e, portanto, há fotos de 1 a 6 colunas (4,6cm a 29,7cm), horizontais e verticais. Não recomendamos cortes muito bruscos como recurso de paginação, mas eles são permitidos quando necessários.

Há um projeto diferente para o Caderno 2 ou segue o mesmo padrão dos outros?

O projeto atual foi pensado para agilizar o trabalho dos repórteres e editores. Os números de toques por títulos em manchetes e matérias secundárias são compartilhados em todos os cadernos. Há pequenos elementos visuais, infográficos e cores que diferenciam os cadernos.

Quando surgiu a necessidade de fazer uma reforma gráfica no jornal?

Tenho assinado os projetos gráficos do jornal e suas atualizações por pelo menos 15 anos. Os primeiros foram pequenos ajustes em deficiências que carregávamos pela falta de planejamento ou de uma consultoria específica. Conforme fui me familiarizando com as tendências e as ferramentas disponíveis, começamos a desenvolver identidades mais sólidas e bem sucedidas, pensadas na rotina de leitura. Um novo projeto é feito a cada três ou quatro anos e atualizado a cada dois.

O que melhorou em comparação com o jornal antes da reforma gráfica?

Tudo. A rotina do trabalho, a satisfação de quem faz o produto, a relação com o mercado (leitor e publicitário), retorno comercial, repercussão etc.

Existem planos de mais uma reforma gráfica?

Sim. Está em andamento.

O jornal é feito em formato Standard, você acha que um suplemento mensal em formato tabloide é viável? Por que?

Acredito que para o leitor dependa muito do conteúdo. O comportamento muda e talvez seja necessário realizar uma pesquisa sobre essa eventual aprovação e o tipo de editoria que seria aceita nesse formato. Já tivemos diversas experiências com

formatos tabloide e não há retorno comercial que justifique essa iniciativa. Agências e anunciantes costumam rejeitar esses formatos menores. É um formato atraente, especialmente para temas mais leves, mas isso dependeria muito do comportamento do leitor. O mercado vai onde o consumidor está, afinal.

ALBERTO DEODATO BAGLI DA SILVA

Diretor executivo do jornal O Imparcial

Data: 16/05/2014

Obs.: Entrevista realizada por e-mail.

Durante a banca a banca de qualificação, fomos questionados sobre a viabilização comercial do suplemento. Os professores nos perguntaram sobre espaço para anunciantes. Respondemos que esta é uma tarefa do setor comercial e que não poderíamos determinar um tamanho e localização, já que isso quem escolhe é o próprio anunciante. Você pode, por favor, nos explicar como funciona essa parte no Imparcial?

Como é um projeto especial, ele deve ser oferecido de forma específica a determinados anunciantes. O jornal tem milhares de anunciantes ativos e muitos deles compram reservas de espaços para utilizar conforme sua necessidade.

Este caderno precisa se pagar e, para isso, deve gerar vendas exclusivas para programação nele. Isso ocorre através do departamento comercial ou pode ser feito através de agências de publicidade que tenham clientes com o perfil desejado.

Acredito que o projeto seria viável com pelo menos três anunciantes ativos por edição, programando anúncios de 1/2 página. O investimento de cada um, por edição, ou seja, o valor para cada anunciante, por edição, ficaria entre R\$ 2.680,00 a R\$ 2.056,00 (conforme o volume adquirido antecipadamente).

Então, essa parte é feita pelo departamento comercial do jornal, não pode ser decidida por nós, correto?

Sim.

DEODATO DA SILVA

Diretor administrativo do jornal O Imparcial

Data: 27/02/2014

Local: Jornal O Imparcial, em Presidente Prudente.

Obs.: Para gravar a entrevista foi usado um smartphone Samsung Pocket Galaxy GT-S5300B.

Como surgiu o jornal O Imparcial?

Pela exposição contida em seu programa inaugural do jornal, Heitor Graça e Manuel Onofre, seus fundadores, estavam empolgados com ideia do projeto, embora reinasse certa desconfiança quanto ao sucesso do empreendimento, especialmente no ambiente intelectual da cidade, onde outros títulos já circulavam.

Como se interessou pela área da Comunicação?

Acaso. Em outubro de 1966, fui contratado para trabalhar na área contábil do jornal, e logo me envolveria com a gestão administrava da empresa.

Quais os motivos que o levaram a comprar o jornal?

Para que o jornal pudesse desenvolver os seus projetos de modernização, tornando-se mais competitivo na comunicação social, requeria-se autonomia na gestão empresarial. Naquela oportunidade, o jornal tinha administração compartilhada, à distância, com empreendedores de São Paulo, e isso dificultava a melhor leitura das necessidades da empresa, tanto no desenvolvimento dos seus negócios, como, e especialmente, na maior proximidade com os seus leitores.

Em que circunstância foi estabelecida a parceria com Mario Peretti e Adelmo Santos Reis Vanalli?

Diante do que foi exposto no item anterior, uma nova realidade jurídica teria de contemplar a futura fórmula empresarial, ensejando então a criação de uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada, entre Deodato, Mario e Adelmo, com 48 anos, após duas formações societárias anteriores, de pouca duração.

Quando adquiriu o jornal, qual era a realidade?

O país vivia sob o regime da ditadura militar, com limites à liberdade de expressão e as suas conhecidas consequências. Em clima de instabilidade econômica, o jornal precisava comprovar competência pelo critério de mídia técnica, como já o fazia as grandes publicações nacionais, mas teria que investir na produção do conteúdo e modernizar seu parque gráfico, ainda no chumbo, enquanto muitos títulos já eram publicados no país, pelo processo offset.

Houve mudanças no jornal depois de adquirido pelo senhor e seus sócios?

Muitas. Todas dedicadas à sua modernização, desde a adoção de projetos gráficos, atualização da sua produção, investimentos na logística e na expansão e qualidade do conteúdo.

O que mantém O Imparcial no mercado nestes 75 anos de existência?

Persistência na sua posição filosófica. Manter a todo custo a necessária independência, revelando-se eficiente aos seus investidores anunciantes, fazendo por merecer credibilidade junto aos seus leitores.

Desde quando existe o Caderno 2?

Aproximadamente 25 anos.

Com que intenção ele foi criado?

Para podermos segmentar os conteúdos de cultura, lazer e colunismo social destacando-os dessa forma.

Para o senhor o Caderno 2 faz jornalismo cultural?

Fazemos basicamente cobertura de eventos culturais, entrevistas, agendas, notícias de agências nacionais sobre televisão e cinema além das colunas sociais.

O senhor acha que há espaço para um suplemento cultural em O Imparcial?**Qual deve ser o seu diferencial?**

Acredito que sim. Tudo depende da qualidade do material e da aceitação do leitor. Concluídas essas etapas, a resposta comercial é o que pode garantir a permanência do produto em circulação.

De acordo com a biografia específica, há uma tendência mundial em se reduzir o formato dos jornais, tanto para reduzir custos como para atender a preferência dos leitores, que segundo pesquisas, preferem os formatos compactos. O Imparcial já cogitou essa possibilidade?

Ao longo das duas últimas décadas, pelo menos duas alterações foram processadas como forma de reduzir o seu formato standard. Seguindo tendência ditadas por jornais americanos, aqui no Brasil, foram necessários ajustes mecânicos nas impressoras, com usinagem de peças em dobradeiras, como forma se ajustar aos novos modelos. Contudo, nas duas alterações adotadas, foi possível reduzir perdas com áreas não impressas, sem comprometimento da área de mancha.

Há mais de 15 anos, ensaia-se a adoção do formato berliner (europeu), que, de plano apresentou grande desafio aos grandes complexos gráficos. Tal mudança ensejaria investimentos incompatíveis com a realidade econômica dos veículos, como nos ajustes destinados às dobradeiras e seus acessórios. Observe-se ainda que isso implicaria em profunda mudança na produção das peças publicitárias pelas agências, na adequação do standard para o berliner.

JOSÉ FÁBIO SOUSA NOUGUEIRA

Secretário municipal de cultura

Data: 19/032014

Local: Secretaria de Cultura de Presidente Prudente

Obs.: Para gravar a entrevista foi usado um smartphone Samsung Pocket Galaxy GT-S5300B.

Qual o seu atual cargo na prefeitura e há quanto tempo o exerce?

Secretário municipal de cultura. Como secretário, estou na quinta gestão, no sexto governo não consecutivo. No primeiro, não existia a Secretária de Cultura, era um departamento. Fui chefe do departamento de cultura. Quando o Agripino foi prefeito pela primeira vez, ele criou a secretaria e me nomeou secretário.

Você é natural de Presidente Prudente?

Sou de Juazeiro do Norte, no Ceará. Vim para cá com 14 anos.

Qual a sua formação?

Sou diretor de teatro. Com habilitação e podendo trabalhar em cinema e televisão.

Como você começou a transitar no meio artístico?

Eu morava em Petrolina, Pernambuco, e comecei a fazer teatro, eu tinha 11 anos. Eu convivia com pessoas que hoje são importantes, Geraldo Azevedo, Alceu Valença, João Gilberto, Ivete Sangalo. O nordeste, apesar da pobreza, 90% das escolas tem teatro, música, educação para o lar e, meus pais, mesmo muito pobres, me permitiram estudar nesse meio.

Quando você veio para Prudente seus pais vieram junto?

Havíamos morado aqui na região nos anos 1960, mas voltamos para Juazeiro em 1969. Minha vó morreu, meu pai ficou desiludido, fomos para Petrolina. No final de 1973 uns amigos dos meus pais, de Presidente Prudente, passaram por lá e disseram que retornariam no começo de 1974 para nos ver novamente. Eu disse aos meus pais que eu voltaria com esses amigos para Prudente e eles levaram na brincadeira. Quando eles voltaram, conversei com meus pais e me deixaram ir. Não tinha dinheiro para a viagem. Minha mãe pegou uma lata de leite ninho, lavou, encheu de farofa de

frango bem salgada, para não estragar e comi isso durante três dias de viagem para cá.

O que te levou a querer vir para cá?

Não sei. Simplesmente quis voltar. Fiquei 21 anos na Unoeste como diretor de cultura. O Teatro Cesar Cava é um projeto meu. Fiquei até 2009 e conciliei com a prefeitura. Ficava na prefeitura de dia e na Unoeste de noite. Aí o Tupã pediu exclusividade em 2009 e saí da Unoeste. Eu tinha uma casa de cultura aqui em Prudente, não me dava um centavo de gasto nem de lucro, consegui manter com patrocínio. Tinha uma biblioteca e um pequeno cinema lá dentro e cursos. Eu fechei o prédio, mas não o CNPJ, porque em 2015 eu quero reabri-la.

Sempre teve muito preconceito com a atividade artística?

Em todos os níveis. Em questão de dinheiro, drogas. Coisas que hoje já mudaram. Preconceitos sexuais. Hoje ainda existe, mas bem menos. Meus pais nunca viram por esse lado.

Para você, o que é cultura?

Eu costumo dizer que cultura não é o objetivo. A cultura tem que ser vista como um meio de transformação e não como um fim. Tem uma frase que eu acho fantástica, não lembro de quem é, mas diz que a educação forma e a cultura transforma. Então, a cultura é um meio de conquistas humanas e preservação da história. Sem a arte, a vida seria um crime. É ao mesmo tempo a pedra que você atira e quebra a vidraça, mas ao mesmo tempo é o travesseiro que te acalma. Acima de tudo, é que a cultura não seja vista como vinhos maravilhosos, mas como um belo prato de arroz e feijão, algo simples e inserido de forma tranquila na vida das pessoas.

Prudente tem 220 mil habitantes, segundo o IBGE, a Secretaria de Cultura proporciona anualmente em torno de um milhão de acessos em atividades culturais. Isso não significa um milhão de pessoas, porque uma pessoa pode ter visto a mesma peça cinco vezes e a outra nenhuma. Por isso devemos identificar a região que está mais sem acesso.

Isso é um recorde no país. Os valores percentuais de orçamento da cultura de Prudente é o maior do Brasil. Em um país em que o orçamento é de 0,2%, em Prudente é de 3%. Com o Matarazzo, nós já chegamos a 6%. Isso aconteceu nos

últimos 10 anos. O país tem 5.566 municípios, segundo o IPEA, o IBGE e o MINC, Prudente está em 8º lugar no índice de gestão pública em cultura e em 3º no Estado de São Paulo.

A cultura na cidade tem problemas e defeitos que não enxergamos e outros que enxergamos. Estamos longe do ideal. Hoje, muito do que acontece na área da cultura no país, Prudente é ouvida, mas ainda não se reconheceu culturalmente.

Você acredita que a gestão pública consegue atender à diversidade cultural?

Não. No mês de agosto você já sabe o quanto tem para investir no ano que vem. Uma parte é destinada à cultura. Dentro disso tenho que pagar funcionários, contas. Não dá para atingir toda a diversidade que existe porque não tem verba o suficiente. Já teve época em que a prefeitura cobriu 60% dos custos do Fentepp, que custa R\$ 800 mil. Esse ano, a prefeitura vai entrar com R\$ 150 mil. Quanto mais eu diminuir esse custo com investidores, aí eu posso usar o dinheiro que está sendo economizado para investir em alguma coisa nova.

Como começou o Fentepp?

Em 1984 me chamaram para trabalhar como produtor cultural. Em 1985 consegui convencer sobre o festival de teatro. Nós não tínhamos dinheiro nenhum e fiquei encarregado de ir para São Paulo tentar alguma coisa. A prefeitura bancou o ônibus ida e volta. Eu vi aquilo como um desafio da vida. Fui para São Paulo, liguei para um amigo meu que é um dos grandes diretores de teatro do Brasil e pedi algum nome para trazer como júri para o Fentepp. Ele me passou a Lélia Bram, um dos maiores nomes do cinema nacional. Me passou o endereço, só fui encontra-la depois de tentar três vezes, era 18 horas. Entrei na sala dela, tomei um licor com ela, falei sobre o festival e a convidei para ser jurada. Ela perguntou quanto seria o cachê, falei um valor que hoje seria R\$ 1 mil, o que era muito pouco. Aí eu contei que queria levar três pessoas. Ela perguntou quem deu o endereço dela para mim, eu contei, ela pegou o telefone, ligou para ele, brigou com ele, mas aceitou e indicou mais dois. Voltei para Prudente, abrimos as inscrições sobre para o Estado de São Paulo, porque ainda não era nacional. Iriamos selecionar sete espetáculos. Fizemos o festival, oferecemos alojamento para os grupos que vieram e só. Desde então o festival foi crescendo. No ano passado foram 415 espetáculos inscritos, selecionados 30, com inscrições de todos os Estados brasileiros.

O que você acha da divulgação que a mídia de Prudente faz sobre as artes?

Acho que a mídia em Prudente é bem parceira da cultura, mas falta, o Imparcial é só uma página por dia. Falta algo diferente, algo mais atrativo ao universitário, ao jovem. Mas o apoio é muito presente.

Você acha que a mídia dá mais espaço para o sertanejo do que para outras formas de cultura?

Não. Acredito que a divulgação acontece de forma igual.

Na época do golpe militar, isso se refletiu aqui em Prudente?

Sim. Eu fui para a polícia com 17 anos. Na época a gente pichava contra a ditadura. Eu fui convidado a ficar quieto em vários momentos. No Sarrion, em 1978 eu fui eleito presidente do centro cívico, tinha um moral com o feltro verde e já estava todo rasgado e eu achava aquilo feio, aí um dia eu fui comprar feltro e só tinha vermelho. Coloquei o feltro e depois fui chamado atenção pelo vice-diretor para tirar o mural e o filtro vermelho porque era considerado comunista. Foi meu primeiro contato com a ditadura. Depois, eu fui pego pichando. Entrei numa baratinha – aqueles fusquinhas – e levado para a polícia. Meu último contato foi com o espetáculo Túnel, do Dias Gomes. Nós havíamos ensaiado e iríamos sair em turnê por alguns Estados. Nesse espetáculo, um grupo de pessoas fica 20 anos presas dentro de um túnel, o que reflete a ditadura. Eram três personagens, uma mulher, um comunista e um professor intelectual. Três homens entraram no teatro e assistiram ao espetáculo inteiro. Naquela época era necessário ter a liberação da censura. Nós sabíamos que seríamos censurados. Eles procuraram pelo diretor, Paulo Neves, e pediram a autorização. Ele não tinha e o convidaram para ir à polícia no próximo dia de manhã. Nós fomos. Não teve tortura física, mas houve repressão e fecharam com a seguinte frase: ou o espetáculo não existe ou vocês não ficam por aqui. Nós optamos pelo espetáculo não existir.

JOSÉ CARLOS CARDOSO (JOTACÊ CARDOSO)

Músico, delegado regional da Ordem dos Músicos do Brasil e presidente do Clube do Meio Artístico.

Data: 12/05/2014

Obs.: Entrevista realizada por e-mail.

Você tem alguma estimativa do número de artistas em Presidente Prudente e região?

Não tenho um número estatístico, precisamos elaborar um cadastro urgente. Creio que em Prudente a média de 500 artistas. Sendo que atuantes a média 150.

Na Região, creio que chegaria à uns 5 mil artistas de todas as áreas, com a média de alguns 200 atuantes

O Clube do Meio Artístico é uma espécie de cooperativa? Tem associados? Quantos?

O Clube do Meio Artístico começou como uma ONG em uma época em que esse nome (sigla) nem era conhecida, 1977. Uma espécie de Associação sem fins lucrativos visando o fomento da arte no Oeste Paulista. Tornou-se uma EMPRESA em 2007, mas sua filosofia continua.

Por ex: Anualmente é realizada a Festa Anual da Arte e Artistas, nesse ano será em 12 de Outubro, no Centro Cultural Matarazzo cujo objetivo é mostrar os novos artistas de todas as áreas e coloca-los frente a frente com o público.

Na semana passada fechamos um projeto de formação onde teremos 5 cursos artísticos. Para isso, foram contratados 5 artistas da região com um ótimo salário.

Ah, a empresa é dos sócios: Jotacê Cardoso & Nelma Mélo

APÊNDICES

APÊNDICE A
PAUTAS

PAUTA 1**RETRANCA:** DIVÃ**PROPOSTA:** TRAÇAR UM PERFIL DO ENTREVISTADO A PARTIR DAS MÚSICAS E DAS BANDAS QUE MARCARAM SUA VIDA.**ENCAMINHAMENTO:** ENTREVISTA NA LOJA DO SR. EUGÊNIO, TIRAR FOTOS DO LOCAL, DELE E DO MATERIAL QUE ELE POSSUI. ABORDAR OS DIFERENTES PERÍODOS DA SUA VIDA DELE E AS MÚSICAS QUE OUVIA EM CADA ÉPOCA.**ROTEIRO:****DATA:** 10/03/14**HORA:** 15H30**LOCAL:** JOAQUIM NABUCO, 500 (MYSTERY ROCK STORE)**ENTREVISTADO:** EUGÊNIO BALAN**TELEFONE:** 3222-1645**DADOS:** EUGÊNIO É DONO DA MYSTERY ROCK STORE EM PRESIDENTE PRUDENTE. VENDE DISCOS E CAMISETAS. ATUA HÁ 12 ANOS EM PRUDENTE, MAS ANTES MOROU EM OUTROS ESTADOS ATUANDO NO MESMO RAMO. É UMA REFERÊNCIA PARA OS FÃS DO ROCK NA CIDADE.**SUGESTÃO DE PERGUNTAS:**

1 – QUAL A SUA CIDADE NATAL? (SE NÃO FOR PRESIDENTE PRUDENTE, PERGUNTAR QUANDO E POR QUE VEIO PARA CÁ)

2 – COMO NASCEU A SUA PAIXÃO PELO ROCK E QUAIS FORAM AS SUAS INFLUÊNCIAS?

3 – TOCA ALGUM INSTRUMENTO?

4 – COMO SURTIU A IDEIA DA LOJA? (DESDE QUANDO ELA EXISTE, QUAL ERA SUA OCUPAÇÃO ANTES DISSO)

5 – TEM ALGUMA MÚSICA QUE TE REMETE AO TEMPO EM QUE VOCÊ CHEGOU A PRESIDENTE PRUDENTE?

6 – JÁ TE JULGARAM POR VOCÊ VESTIR A CAMISA DO ROCK E MANTER UMA LOJA DESSE TIPO DE MÚSICA?

7 – TEM IDEIA DE QUANTOS ÁLBUNS COMPÕEM A SUA COLEÇÃO? QUAIS SÃO OS SELOS RAROS?

8 – DE TODO O MATERIAL QUE VOCÊ POSSUI, QUAL O ITEM QUE VOCÊ CONSIDERA COMO O MAIS VALIOSO?

9 – QUAL FOI O ÚLTIMO LANÇAMENTO QUE CONSEGUIU TE SURPREENDER E POR QUÊ?

10 – SE VOCÊ PUDESSE VOLTAR NO TEMPO E REVIVER UMA ERA DO ROCK, QUAL ESCOLHERIA?

11 – COMO É MANTER A LOJA EM PRESIDENTE PRUDENTE E COMPETIR COM OS DOWNLOADS DA INTERNET E COM O CENÁRIO SERTANEJO QUE DOMINA A NOSSA REGIÃO?

12 – SE A SUA VIDA PUDESSE SER RESUMIDA NO CATÁLOGO DE UM DETERMINADO ARTISTA, QUAL SERIA?

PAUTA 2**RETRANCA: GOLPE MILITAR**

PROPOSTA: REPERCUTIR AS VIVÊNCIAS DE PERSONALIDADES PRUDENTINAS QUE VIVENCIARAM OS ANOS DO GOLPE MILITAR.

ECAMINHAMENTO: BUSCAR POR EXPERIÊNCIAS, DEPOIMENTOS, MATERIAIS E OPINIÕES SOBRE OS ANOS DE GOLPE MILITAR EM PRESIDENTE PRUDENTE.

ROTEIRO 1:

DATA: 07/04/14

HORÁRIO: 14H30

ENTREVISTADO: JOSÉ CAETANO DA SILVA

LOCAL: AVENIDA COMENDADOR ALBERTO BONFIGLIOLLI, 2700 (SENAI)

TELEFONE: 3909-9110

DADOS 1: CAETANO ATUOU COMO PROFESSOR DURANTE A ÉPOCA DO GOLPE MILITAR, LECIONANDO NO COLÉGIO OBJETIVO EM PRESIDENTE PRUDENTE. É TAMBÉM RESPONSÁVEL PELA IMPLANTAÇÃO DO PT NA CIDADE.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS 1:

1. NOME COMPLETO
2. NATURALIDADE
3. FORMAÇÃO
4. PROFISSÃO ATUAL
5. EM QUE CIDADE VOCÊ MORAVA NESTA ÉPOCA?
6. LECIONOU NA UNIVERSIDADE DURANTE ESTE PERÍODO? QUANDO?
7. QUAIS OS EFEITOS DA DITADURA MILITAR, INSTAURADA COM O GOLPE DE 64, NA SUA VIDA?
8. VOCÊ PRESENCIOU OU SOUBE DE ALGUM TIPO DE REPRESSÃO COM ALGUM COLEGA?
9. NA SUA VIDA QUAIS FORAM OS MAIORES PREJUÍZOS CAUSADOS POR ESTA ÉPOCA? MORAIS, MATERIAIS, INTELECTUAIS? E PARA O MUNICÍPIO DE PRUDENTE E PARA O PAÍS?
10. COMO VOCÊ VÊ AS CRESCENTES MANIFESTAÇÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS A FAVOR DA INSTAURAÇÃO DE UM NOVO REGIME MILITAR NO PAÍS?
11. EM SUA OPINIÃO DEVE HAVER UMA REVISÃO DA ANISTIA E PUNIÇÃO AOS TORTURADORES? E QUANTO AOS MILITANTES POLÍTICOS?
12. VOCÊ ACREDITA QUE A COMISSÃO DA VERDADE, INSTAURADA NO GOVERNO DO PT, É UM AVANÇO CONTRA AS ATROCIDADES E IMPUNIDADES COMETIDAS NESTE PERÍODO MESMO NÃO TENDO PODER DE PUNIÇÃO? O QUE VOCÊ MUDARIA NA COMISSÃO?
13. QUAL O LEGADO DO GOLPE?

ROTEIRO 2:**DATA:** 09/04/14**HORÁRIO:** 15H00**ENTREVISTADO:** FÁBIO NOUGUEIRA**LOCAL:** RUA QUINTINO BOCAIÚVA, 749 (MATARAZZO)**TELEFONE:** 3226-3399

DADOS 2: FÁBIO É SECRETÁRIO MUNICIPAL DE CULTURA E DURANTE O GOLPE MILITAR SOFREU REPRESSÃO POR TER QUE CANCELAR UMA APRESENTAÇÃO QUE IA CONTRA O GOVERNO.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS 2:

- 1 – QUAL O SEU ATUAL CARGO NA PREFEITURA E HÁ QUANTO TEMPO O EXERCE?
- 2 – COMO VOCÊ COMEÇOU A TRANSITAR NO MEIO ARTÍSTICO?
- 3 – SEMPRE TEVE MUITO PRECONCEITO COM A ATIVIDADE ARTÍSTICA?
- 4 – E O QUE É CULTURA?
- 5 – VOCÊ ACREDITA QUE A GESTÃO PÚBLICA CONSEGUE ATENDER À DIVERSIDADE CULTURAL?
- 6 – COMO COMEÇOU O FENTEPP?
- 7 – O QUE VOCÊ ACHA DA DIVULGAÇÃO QUE A MÍDIA DE PRUDENTE FAZ SOBRE AS ARTES?
- 8 – NA ÉPOCA QUE TEVE O GOLPE MILITAR, ISSO SE REFLETIU AQUI EM PRUDENTE?

ROTEIRO 3:**DATA:** 10/04/14**HORÁRIO:** 18H00**ENTREVISTADO:** JOTACÊ CARDOSO**LOCAL:** RUA MOACYR RIBEIRO DOS SANTOS, 103**TELEFONE:** 3223-8403 / 99643-5008

DADOS 3: TEVE CONTATO DIRETO COM A REPRESSÃO DURANTE A FACULDADE. PRESENCIOU INVASÕES POLICIAIS E FEZ PARTE DE SEMINÁRIOS SOBRE FILOSOFIA E PSICOLOGIA.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS 3:

1. NOME COMPLETO
2. DATA DE NASCIMENTO
3. NATURALIDADE
4. FAMÍLIA: QUANTOS IRMÃOS? TEM ESPOSA? QUANTOS FILHOS?
5. COMO SE INTERESSOU POR MÚSICA?
6. ESTUDOU MÚSICA? ONDE? QUANDO?
7. TEM ALGUMA OUTRA FORMAÇÃO?
8. VOCÊ VIVE DA MÚSICA? DESDE QUANDO? SEMPRE FOI ASSIM?
9. ONDE VOCÊ MORAVA NOS ANOS DE DITADURA NO BRASIL?
10. JÁ ERA MÚSICO NESTA ÉPOCA?
11. SOFREU ALGUM TIPO DE REPRESSÃO? QUAL?
12. QUAL O PREJUÍZO DESTES REGIME À COMUNIDADE ARTÍSTICA?

13. O QUE VOCÊ PENSA A RESPEITO DAS RECENTES MANIFESTAÇÕES A FAVOR DA VOLTA DE UM REGIME MILITAR?

ROTEIRO 4:

DATA: 11/04/14

HORÁRIO: 17H00

ENTREVISTADO: CELSO NESPOLI ANTUNES

LOCAL: RUA RAIMUNDO FONSECA, 125

TELEFONE: 3222-4445/ 98125-5581

DADOS 4: CELSO FOI PARTICIPANTE DA UNIÃO BRASILEIRA DOS ESTUDANTES SECUNDARISTAS E ESTEVE ENTRE OS MAIS DE 1.200 ESTUDANTES PRESOS POR ORDEM DO GOVERNADOR ABRE SODRÉ NO 30º CONGRESSO DA UNE, EM IBIÚNA-SP.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS 4:

1. NOME COMPLETO
2. IDADE
3. NATURALIDADE
4. PROFISSÃO
5. FAMÍLIA? FILHOS?
6. ONDE MORAVA NOS ANOS DE REPRESSÃO?
7. COMO SE DE SEU ENVOLVIMENTO COM A MILITÂNCIA ESTUDANTIL NA ÉPOCA DO REGIME MILITAR NO BRASIL?
8. VOCÊ SOFREU ALGUM TIPO DE TORTURA? ALGUÉM PRÓXIMO A VOCÊ, PARENTES, AMIGOS SOFREU ALGUM TIPO DE TORTURA?
9. QUAIS FORAM OS PREJUÍZOS NA SUA VIDA DESENCADEADOS POR ESSE PERÍODO?
10. EM SUA OPINIÃO, OS MAIORES PREJUÍZOS DA DITADURA FORAM MORAIS OU MATERIAIS?
11. VOCÊ TEVE OU TEM AMIGOS ARTISTAS QUE SOFRERAM RETALIAÇÕES POR CONTA DE SUA ARTE NA ÉPOCA?
12. COMO VOCÊ VÊ AS RECENTES MANIFESTAÇÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS PELA INSTAURAÇÃO DE UM NOVO REGIME MILITAR NO PAÍS?
13. DE QUE MANEIRA SEUS PAIS ENXERGAVAM SUA ATUAÇÃO POLÍTICA?
14. COMO SEU (S) FILHO (S) ENXERGA (M) SUA ATUAÇÃO POLÍTICA?
15. A COMISSÃO DA VERDADE É UM AVANÇO. VOCÊ DEFENDE A REVISÃO DA ANISTIA? ELA DEVE PUNIR TORTURADORES E OS GRUPOS ARMADOS?
16. VOCÊ FOI MEMBRO DO PC DO B. AINDA É FILIADO?
17. HOJE, VIVEMOS NUMA DEMOCRACIA?
18. QUAL O LEGADO DOS 21 ANOS DE REGIME MILITAR NO PAÍS? COMO ISSO REPERCUTE HOJE E DE QUE FORMA?
19. A CARA DO BRASIL SERIA DIFERENTE SEM OS 21 ANOS DE DITADURA?

PAUTA 3

RETRANCA: 50 MM

PROPOSTA: TRAÇAR O PERFIL DE UM FOTÓGRAFO PRUDENTINO E DESCOBRIR SUAS INSPIRAÇÕES E MODO DE TRABALHO.

ECAMINHAMENTO: PEDIR PARA O ENTREVISTADO CEDER MATERIAL PARA QUE POSSA SER PUBLICADO NO SUPLEMENTO.

ROTEIRO:

DATA: 15/04/14

HORA: 16H00

ENTREVISTADO: FERNANDO MATSU

LOCAL: RUA QUINTINO BOCAIUVA, 749 (MATARAZZO)

CONTATO: 99159-5450

DADOS: FERNANDOMATSU É FOTOGRAFO DESDE 2010. ELE GOSTA DE FAZER ENSAIOS DIFERENCIADOS, QUE TENHAM A CARA DO CLIENTE. DA PAIXÃO DE MENINO FEZ SUA PROFISSÃO.

SUGESTÃO DE PERGUNTAS:

1. NOME COMPLETO
2. IDADE
3. NATURALIDADE
4. QUAL SUA FORMAÇÃO?
5. COMO COMEÇOU A SE INTERESSAR POR FOTOGRAFIA? QUANDO FOI ISSO?
6. HOJE A FOTOGRAFIA É UM HOBBY OU UMA PROFISSÃO?
7. ANO PASSADO VOCÊ SE MUDOU PARA CURITIBA. POR QUÊ?
8. VOCÊ CONSEGUE SOBREVIVER DA FOTOGRAFIA?
9. VOCÊ ESTUDOU FOTOGRAFIA?
10. O QUE É NECESSÁRIO PARA SER UM BOM FOTÓGRAFO?
11. O QUE VOCÊ MAIS GOSTA DE FOTOGRAFAR?
12. VOCÊ SE ESPECIALIZOU OU PRETENDE SE ESPECIALIZAR EM ALGUM SEGMENTO?
13. EM QUE FOTÓGRAFOS VOCÊ SE INSPIROU E/OU SE INSPIRA?
14. EM SUA OPINIÃO, QUAL É O DIFERENCIAL DO SEU TRABALHO?
15. O QUE UM FOTÓGRAFO PRECISA TER PARA SE DESTACAR?
16. PARA VOCÊ, A FOTOGRAFIA É?
17. VOCÊ TEM UMA FOTOGRAFIA PREFERIDA?
18. EM QUE VOCÊ SE INSPIRA PARA DAR O TRATAMENTO EM SUAS FOTOS? ISSO JÁ É UMA MARCA DO SEU TRABALHO.
19. ATÉ QUE PONTO VOCÊ EDITA SUAS FOTOGRAFIAS?
20. QUAL A IMPORTÂNCIA DOS PROGRAMAS DE EDIÇÃO DE IMAGENS PARA A FOTOGRAFIA DE HOJE?

PAUTA 4

RETRANCA: DIALÉTICA E POÉTICA

PROPOSTA: DIVULGAR O MATERIAL DE ALGUM ESCRITOR PRUDENTINO.

ENCAMINHAMENTO: CIOMARA MANCINI, NETA DE VIRGÍLIO REIS, CEDERÁ UM TEXTO QUE ELE FEZ PARA A ESPOSA QUANDO ELA FALECEU.

ROTEIRO:

DATA: 17/04/14

HORÁRIO: 14H30

ENTREVISTADO: CIOMARA MANCINI

LOCAL: RUA DOUTOR CYRO BUENO, 501

TELEFONE: 3223-3449

DADOS: VIRGÍLIO REIS FOI UM DOS PIONEIROS EM PRESIDENTE PRUDENTE, VINDO MORAR NA CIDADE ASSIM QUE ELA NASCEU. GOSTAVA DE ESCREVER E DEIXOU COMO HERANÇA VÁRIOS TEXTOS, POESIAS E CRÔNICAS. SUA NETA, CIOMARA, NOS CEDERÁ O TEXTO QUE ELA CONSIDERA COMO O MAIS BONITO E CONTARÁ UM PEQUENO HISTÓRICO SOBRE O AVÔ.

APÊNDICE B
MATÉRIAS DO SUPLEMENTO MOSAICO

EDITORIAL

Ricardo Barros

Para a equipe do Mosaico, a maior satisfação é ver essa edição piloto impressa. Isso significa que um longo caminho foi percorrido, dias e dias de estudo valeram a pena e que depois de um ano sonhando, finalmente chegou o momento. Muitas matérias dessa edição poderiam dividir ou estrelar a capa. Desde a entrevista perfil com Eugênio Balan, onde o universo da música é explorado de forma intimista; o desbravamento da arte com explicações da professora de história da arte, Michela Mendes; ou os 50 anos do Golpe Militar, com depoimentos de moradores de Presidente Prudente que viveram os anos de chumbo.

Escolher os assuntos que preenchem essas páginas não é tarefa fácil. A preocupação em disponibilizar um conteúdo de relevância, interessante e apurado é de deixar qualquer editor com algumas horas de sono a menos. Mas decidir o que deve ser cortado e o que se deve manter em cada matéria, isso sim é difícil. Contudo, o dever de hierarquizar as notícias, tornar a leitura mais leve e dinâmica e contextualizar as páginas de acordo com os assuntos, sempre levando em consideração o leitor, fez os autores filtrarem as informações com o cuidado de preservar a importância, o caráter inédito e a contribuição cultural.

Por fim, criar uma identidade visual que respeite os principais padrões do jornal O Imparcial, mas que ouse na forma de trabalhar as matérias em uma página, contou com a ajuda especial de Lucas Miolla, publicitário, criativo, autor de livro e o artista por trás da imagem que ilustra a capa dessa edição, além de muitas referências que ajudaram a lapidar este caderno.

O Mosaico nasceu com a intenção de ser uma plataforma para o jornalismo cultural e um complemento mensal do Caderno 2, do jornal O Imparcial. A expectativa é que você, leitor, sinta-se atraído tanto pelo visual como pelo conteúdo e que este possa contribuir para o avanço do conhecimento cultural de cada um, inclusive da equipe do caderno, para que juntos possamos aprender a cada edição e que as obras de artistas locais sejam compartilhadas a fim de que a arte se torne um ciclo renovador em nosso meio.

ARTIGO

Espasmos culturais

Viviane Vieira

A palavra “cultura” prematuramente passa a fazer parte do nosso vocabulário quando, desde crianças, ouvimos pessoas proferindo sentenças: Não tem cultura. Oh! Que pessoa mais culta, tem todos os discos do João Gilberto. Ah! Aquela escuta Odair José, que falta de cultura. No meu tempo tínhamos educação musical e aprendíamos francês na escola, tínhamos mais cultura. Louvável! Mas no seu tempo também tinha educação moral e cívica (repugnante) e nas aulas de educação física suas articulações eram trituradas pelos polichinelos e todas as invenções da linha militarista. Questão de ponto de vista, meus caros.

Quando foi mesmo que a palavra cultura ganhou status de superioridade? A corrente antropológica entende que a cultura “[...] preocupa-se com todos os aspectos de uma realidade social. Assim, cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade” (SANTOS, 1994). Ou, como afirma o antropólogo Tião Rocha, “todo e qualquer ser humano tem cultura”. Se é assim, logo, tudo é cultura?

Originária do verbo *colere*, que vem do latim e significa cultivar, já na época dos romanos teve seu conceito estendido: passaria, então, a designar a cultura da alma. Para a sociologia, “[...] a cultura é um fenômeno amplo que está presente em toda a vida social. Podendo se apresentar de forma material, através de artefatos e objetos em geral. E de forma não-material que consiste no campo das ideias, através da arte, da ética, das crenças, dos conhecimentos e dos valores” (MAIA, 2013). E, como em uma brincadeira de telefone sem fio, o ser com “telencéfalo altamente desenvolvido com polegares opositores e livres”, elitizou a palavra cultura e a tornou sinônimo de requinte e bom gosto.

Para completar, certos produtos e manifestações culturais receberam o selo de esmero e preferência em detrimento de outros. Daí, todos os humanos que passassem a consumi-los seriam recebidos no círculo dos cultos e a eles seriam dadas toda a honra e toda a glória. Aos incultos, o tratamento a altura de seres inferiores: o desprezo e o castigo por não terem cultura, por não existirem.

Mas quem foi o ser com “telencéfalo altamente superior” que determinou isso? Por que raios o meu vizinho que tem todos os discos do Tom Jobim, lê James Joyce e

Proust e tem um Van Gogh na parede é superior ao Zé que escuta Claudia Leitte, leu toda a saga Crepúsculo e tem um Romero Britto pendurado na sala?

Ser inferior é marginalizar, classificar pessoas e empurrá-las, com isso, ao ostracismo social. Um ser superior é aquele que consegue compreender e conviver com a diversidade sem se submeter aos rótulos. Os mecanismos que determinam se seremos devotos de Chet Baker ou Beyoncé deveriam nos preocupar menos. O que importa mesmo, é que todos tenham acesso a uma diversidade infinita de produtos e manifestações. Só assim cada um poderá fazer sua escolha com louvor e defender com autoridade suas preferências. Afinal, ninguém pode preferir alguma coisa a outra que não conhece. Aproveito para expressar minha devoção pelo pesquisador Stuart Hall: “[...] a cultura necessita da diferença para prosperar – mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial”.

DIVÃ

O rock de uma vida inteira

Por Ricardo Barros

Entre atender um e outro cliente, está Eugênio Valentim Balan, no auge de seus 60 anos, com muita simpatia e simplicidade. Natural de Santa Ernestina (SP), o comerciante já morou em Araraquara (SP), Brasília (DF), Salvador (BA) e desde 1998 está em Presidente Prudente. No centro da cidade, a loja Mystery, da qual ele é dono, já tem 14 anos de história. Sempre envolvido no meio musical como produtor e representante de gravadora, Eugênio não é apenas um apaixonado pela música, mas um propagador dela. Vinis, CDs, DVDs, camisetas, bonés, mochilas e outros artigos das mais diversas bandas e cantores de rock nacionais e internacionais atraem o público até a loja, onde o toca-discos nunca para. Conheça agora um pouco mais sobre a história dessa figura prudentina que ficou bem à vontade no nosso divã.

1 – Qual foi o motivo que te trouxe para Presidente Prudente?

Família. Eu morei dez anos em Salvador. Chega um momento em que a gente acha que fechou um ciclo, né? Com a família morando aqui, meu pai havia falecido, então nós viemos, eu trouxe uma baiana (a esposa, Neide) comigo (risos).

2 – Como nasceu a sua paixão pelo rock e quais foram as suas influências?

O rock foi ainda em Santa Ernestina. Os meus irmãos mais velhos estudavam em Taquaritinga e lá recebiam informações dos pioneiros do rock and roll: Little Richard, Chuck Berry, Elvis Presley, Antônio Campello. Eles levavam os discos quando iam passar o final de semana em casa e eu ficava ouvindo. Isso foi no comecinho da década de 1960. Outra influência foi o meu pai, que tocava violino.

3 – Por conta do seu pai, você aprendeu a tocar algum instrumento também?

Não, eu aprendi a ouvir. Meu pai é aquele que está naquele quadro (aponta para um quadro em preto e branco logo na entrada da loja), ali tem o meu pai e meus tios, era minha família quando morávamos no sítio. É uma jazz band. O nome era Balan e Companhia Escudeiro e eles tocavam na época do cinema mudo.

4 – E tem alguma música que te remete à época em que você mudou para Presidente Prudente?

Eu estava mais ligado ao rock, mas nunca deixei de ouvir MPB. Musicalmente, para mim, é Led Zeppelin. Era o que eu ansiava ouvir na época. Eu fui uma das primeiras pessoas a ouvi-los por conta de um amigo que fazia intercâmbio e foi para os EUA e, ficou um tempo por lá. A volta dele coincidiu com quando o Led Zeppelin lançou o primeiro LP. Ele trouxe para cá e nas rádios daqui ainda não se ouvia a banda.

5 – E como surgiu a ideia de montar a loja?

Eu sempre gostei desse meio, aliás, sempre trabalhei com isso. Quando vim pra cá, eu era representante de gravadora, assim como eu já era lá no nordeste.

6 – Qual gravadora e como funcionava esse trabalho?

Eu cheguei a representar duas gravadoras em Presidente Prudente: Lumiar Discos, que tinha aqueles Song books e Revivendo, que é de Curitiba e foi uma gravadora que recuperou a memória da música brasileira. Então, não sou apenas do rock.

Ao mesmo tempo, eu trabalhava como produtor cultural e cheguei a produzir alguns shows. Quando morei em Araraquara, em época de secundaristas e faculdade, fiz nove shows do Gilberto Gil. Aqui em Prudente eu já trouxe a Rita Lee, Lulu Santos e Daniela Mercury.

7 – Antes de vir para Prudente o senhor morou em Salvador. Também trabalhou com produção musical enquanto estava no nordeste?

Em Salvador, fiquei três anos na Casa do Carnaval, trabalhei com a música regional do nordeste e nas festas de São João. Lá tem um grande movimento de rock paralelo ao carnaval, ao axé, a esse movimento que o baiano faz para o carnaval.

A grande festa do nordestino é a festa junina e envolve toda uma tradição local. Em Salvador, paralelo ao carnaval de rua, tem o Carnarock, três dias de rock em uma praia afastada, geralmente na Praia do Forte. Também trabalhei com isso.

8 – Então você sempre teve várias influências musicais. Mas por que o rock falou mais alto?

Foi um período em que a música brasileira falou também. Era quando havia uma preocupação maior dos músicos, verdadeiros ou não, com a questão social e política. Eu sinto essa ausência hoje.

O primeiro show que produzi do Gil em Araraquara, em 1974, foi quando ele voltou (do exílio). Ele estava mostrando um novo trabalho, mais tranquilo e menos comprometido, mas as pessoas gritavam “canta Procissão”, “canta Domingo no Parque” e ele chegava ficar chateado.

Eu sempre ouvi um pouco de tudo, mas houve um momento que eu estava mais engajado com o momento social e sinto falta disso, porque os artistas estão muito calados. Eu prefiro dizer que calaram eles com emprego, alguns com ministério. Hoje não se pode dizer que existe algum artista (desse tipo) ativo que chegue às massas.

9 – E você tem noção de quantos álbuns, discos você tem?

Eu tenho bastante, mas já tive mais, eu tinha mais tempo para ouvir. Aqueles discos que estão grudados ali na parede pertencem a minha coleção (ele aponta para uma sala logo atrás dele), não está completa, só tem alguns, mas exprime mais ou menos um pouco da minha preferência.

10 – Mas você já chegou a ter quantos, tem um número aproximado?

Em 1978 eu abri uma loja de discos em Araraquara. Naquela época só existia o vinil e a fita k7. A maioria dos discos que foram pra loja era meu, porque eu não tinha dinheiro pra comprar um grande volume de discos. Nessa época eu tinha em torno de uns seis mil discos. Eu gosto de música, com certeza tenho muitos carros representados na minha coleção (risos).

11 – Dos discos que você tem, qual o mais valioso para você?

Para mim, os Beatles têm um valor incalculável. Apesar de alguns discos ainda serem produzidos no vinil, para colecionador vale os antigos. Eles eu não venderia porque aí seria um pedaço meu que iria faltar.

12 – E qual que foi o último lançamento que conseguiu te surpreender?

Bom, tirando as bandas tradicionais que já fazem um trabalho de qualidade, eu gostei muito do Dream Theater, eu ouvi bastante (pega um vinil que está na estante atrás

dele), é uma banda com uma qualidade muito boa. Isso foi no começo da década de 2000.

13 – E você já foi em algum show dos grandes nomes do rock?

Eu fiquei muito tempo fora do eixo Rio-São Paulo, mas cheguei a ir ao primeiro Rock in Rio, em 1985. Fora do eixo fica difícil, porque tudo é muito distante e eu dependo do trabalho.

14 – Tem algum show que você pensa que não pode morrer sem ir?

Bob Dylan. Quando ele veio com os Stones eu não pude ir. Quando ele veio sozinho, eu acordei no dia do show e não tinha mais ingressos.

Aliás, acho que essa coisa de venda de ingresso na internet não é verdadeira. Acho que com isso oficializaram o cambista. Como que esgota em 40 minutos um lugar para milhares pessoas? Não existe tempo físico para essa operação. Porque só de estar com o cartão de crédito na mão, conseguir a conexão para comprar, com o site lotado... Hoje fica difícil ir aos shows, Prudente é muito distante, tenho a loja, a família, os tempos são outros.

15 – No contexto nacional, tem alguma coisa que te agrada na música?

Eu fui assistir ao Nando Reis e adorei, foi uma performance de muita qualidade. Foi um belíssimo show, dele e da banda. Existe uma banda que eu acho muito legal, essa aqui (pega o vinil), chama Anjo Gabriel, é uma banda do nordeste. Essa é aquela banda que eu respondo quando as pessoas me perguntam se tem algo novo e bom. É um som progressivo, o primeiro disco lembra o Black Sabbath.

16 – E como é hoje manter a loja aqui em Prudente e competir com os downloads e com o mercado sertanejo tão forte em nossa região?

Eu me surpreendo. O pessoal que era garotão quando comecei, hoje traz o filho junto para comprar. O público vai se renovando. É um pessoal fiel e exigente. Com a internet mudou a velocidade, então parece que nascem mil bandas a cada dia. Tenho que ter uma oferta grande de camisetas.

Os discos ainda saem. O CD e o DVD também, mas não na mesma frequência que as camisetas. Não dá para estabelecer um paralelo, porque antes vendia muito, mas não tinha o download. Você já imaginou uma máquina que reproduza mil Picassos?

É isso que eu penso do download. A parte gostosa do vinil é abrir com cuidado, ver o encarte, tem a letra, os músicos, quem gravou, quem não gravou, quem participou. O CD traz a informação, mas aí já precisa de uma lente para poder enxergar. Com a digitalização, com o download, (a arte) ficou mais fria, perdeu um pouco da identidade. Aliás, antigamente saía um disco (do artista) por ano, no máximo. Você tinha um ano para digerir aquele trabalho. Agora, todo mês quase sai um disco da banda.

17 – E se você pudesse voltar no tempo e reviver alguma época do rock, qual você escolheria?

Olha, às vezes, eu penso sobre isso. Seria um pouco injusto se eu falar que foi só o final da década de 1960 e 1970. Porque acho que vai um pouco mais além. Eu tinha a juventude comigo, meu HD não estava tão cheio, tão ocupado (risos), então era mais fácil absorver as coisas. Mas eu fico com a década de 1960 até a primeira metade da década de 1980.

18 – A última pergunta: você conseguiria resumir a sua vida no catálogo de um artista só?

Um só? (ficou pensando um bom tempo) Deus (risos). É difícil, mas... São vários estilos, mas para o rock é o Led Zeppelin, os Beatles, Pink Floyd e os Stones pela atitude punk. É impossível, tem muita coisa. A minha vida inteira foi ouvindo música, então é muita informação. Quando você passa a trabalhar com isso, vivenciar, isso se torna seu mundo, você é quase parceiro dos artistas, se sente amigo deles.

MIOLO NOBRE

A Idade das Trevas no Brasil

Por Viviane Vieira

A partir de 1964, o Brasil viveu o período mais negro de sua história marcado pela negação da liberdade, censura nos mais diversos âmbitos, repressão, tortura e morte. Regimes militares foram instaurados por quase toda a América Latina, impulsionados pelos governos estadunidenses que sentiam-se ameaçados pela vitória da Revolução Cubana e pelo fantasma da ameaça comunista. Era a época da guerra fria, período em que Estados Unidos e União Soviética disputavam o posto de dono do mundo exibindo arsenais de guerra e exercendo domínio em territórios alheios. Aqui, foram 21 anos sob uma ditadura militar que ainda hoje causa indignação e deixa a incômoda sensação de impunidade no ar.

Os embriões do golpe

Em 1961, Jânio Quadros tomou posse em Brasília como Presidente da República sucedendo Juscelino Kubitschek. Sua forma de governar, desde o início, já desagradava a gregos e troianos. Para a fúria dos conservadores, condecorou o guerrilheiro Che Guevara com a Ordem do Cruzeiro do Sul, fato que reforçou a teoria direitista que o acusava de nutrir simpatia pelo comunismo. No congresso, não contava com uma base política de apoio e, sua política externa independente, somada a sua simpatia pela reforma agrária causavam preocupações. Na noite de 24 de agosto de 1961, Jânio renunciou à presidência com a esperança de que haveria um clamor por sua volta, o que lhe daria maior poder para governar, livre das pressões dos partidos e do Congresso. Mas isso não aconteceu.

A Constituição era clara: em situação de renúncia quem deveria assumir o cargo vago era o vice-presidente, no caso, João Goulart. Como Jango estava viajando em visita à China e, setores influentes das Forças Armadas e do empresariado o viam como uma ameaça, quem assumiu provisoriamente foi o presidente da Câmara dos Deputados, Ranieri Mazzili. Os ministros militares eram contra a sua posse, mas outra ala das Forças Armadas declarou apoio a Jango, dando início à chamada batalha da legalidade, que culminou com a sua posse no dia sete de setembro de 1961, após o Congresso adotar o regime parlamentarista para diminuir seus poderes.

No governo Jango, houve um crescimento substancial dos movimentos rurais, como as Ligas Camponesas, e sociais. Os estudantes, através da União Nacional dos Estudantes (UNE), passaram a intervir diretamente na esfera política.

As reformas de base e o comício da Central

O presidente Goulart defendia a reforma agrária como meio de eliminar os conflitos de terra e garantir o acesso à propriedade aos milhões de trabalhadores rurais. A reforma urbana, que buscava dar condições para os inquilinos se tornarem proprietários das casas alugadas, e o direito de voto aos analfabetos e aos setores inferiores das Forças Armadas também eram pontos polêmicos das pretendidas reformas.

No início de 1964, Jango decidiu que iria colocar em prática as reformas de base sem o apoio do Congresso, já que um projeto de reforma agrária enviado no começo do ano havia sido derrotado. Em 13 de março, na praça da República do Rio de Janeiro, situada em frente à estação da Central do Brasil, cerca de 150 mil pessoas ouviram o presidente anunciar os decretos que nacionalizavam refinarias particulares de petróleo e desapropriavam terras. O decreto para a reforma urbana e o que dava direito de voto aos analfabetos e aos quadros inferiores das Forças Armadas, ainda em fase preparatória, também foram pontuados. Brizola discursou e defendeu um Congresso composto por camponeses, operários, sargentos e oficiais do Exército.

A resposta dos conservadores veio em 19 de março, com a marcha da família com Deus pela liberdade, em São Paulo, organizada pelas associações de senhoras católicas ligadas à ala conservadora da Igreja, que reuniu cerca de 500 mil pessoas.

O golpe de 1964

Goulart apoiou, no final de março, a revolta dos marinheiros, e concedeu a eles o direito de participar da escolha do novo ministro da Marinha. Para a ala pró-golpe das Forças Armadas, esse ato configurou quebra da hierarquia militar. O golpe, que há muito já vinha sendo discutido na Escola Superior de Guerra (ESG) e no Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais (Ipes), criado por lideranças empresariais, encontrou aí o seu estopim.

Em 31 de março, com apoio do governador Magalhães Pinto, de Minas Gerais, Carlos Lacerda, da Guanabara (hoje Rio de Janeiro) e Ademar de Barros, de São Paulo, o general Olímpio Mourão Filho mobilizou as tropas sediadas em Juiz de Fora em direção ao Rio de Janeiro. Em 1º de março, Jango voou para Brasília para evitar derramamento de sangue e, nesse mesmo dia, o presidente do Senado Auro Moura

Andrade declarou vago o cargo de presidente da República, assumindo o presidente da Câmara Ranieri Mazzili. No final de abril, Jango já se exilava no Uruguai.

O regime militar

Foi com os atos institucionais (AI) que os militares instituíram, pouco a pouco, a censura, o cerceamento da liberdade, o terror e a morte no país. O primeiro deles, AI-1, decretado por uma junta militar em nove de abril de 1964, trazia as seguintes determinações:

- Autorizou o presidente da República a enviar projetos de lei ao Congresso que, se não fossem apreciados no prazo de 30 dias, seriam considerados aprovados;
- Suspendeu a imunidade parlamentar;
- Autorizou o comando do golpe a cassar mandatos em qualquer nível e suspender direitos políticos por dez anos;
- Suspendeu o direito dos magistrados de permanecerem em seus cargos;
- Suspendeu a estabilidade dos servidores públicos.

Em 1º de abril, a sede da UNE no Rio de Janeiro foi incendiada. A Universidade de Brasília foi invadida pelos militares e vários dirigentes de sindicatos e federações de trabalhadores foram presos. No Congresso, 50 parlamentares foram cassados. Jango, Brizola, Juscelino e Jânio tiveram seus direitos políticos cassados. O general Humberto Alencar Castello Branco foi eleito presidente em 15 de abril de 1964, por votação indireta no Congresso e, já em outubro de 1965, decretou o AI-2:

- Dissolvia partidos;
- Dava permissão ao Executivo de cassar mandatos;
- Eleições para presidente da República passam a ser indiretas.

É criado, então, o bipartidarismo. De um lado a Aliança Renovadora Nacional (Arena), que apoiava o regime; de outro o Movimento Democrático Nacional (MDB), que fazia uma espécie de oposição consentida. Como resposta às manifestações pelo fim do regime, Castello Branco decreta o AI-3 em fevereiro de 1966:

- Eleições passam a ser indiretas para governadores e prefeitos.

Em novembro, é a vez do AI-4:

- O Congresso Nacional é fechado e transformado em Assembleia Constituinte; Em 1967, é votada a nova Constituição, que incorporava os atos institucionais, ampliava os poderes do presidente e reduzia os do Legislativo. Uma política recessiva

é adotada por Castello através do Plano de Ação Econômica, que visava o combate à inflação com medidas como o aumento de impostos e o arrocho salarial.

Castello foi sucedido pelo marechal Arthur da Costa e Silva, que tomou posse em março de 1967. No seu mandato, a oposição ao regime militar cresceu e as manifestações de estudantes, artistas e trabalhadores se multiplicaram. Em uma delas, em 1968, o estudante secundarista Edson Luiz Lima Souto foi morto pela Polícia no Rio de Janeiro, quando reivindicava melhor qualidade e preços mais baixos na alimentação do restaurante Calabouço, ligado à Universidade Federal do Rio de Janeiro. Em junho, a Passeata dos Cem Mil, que pedia o fim do regime, tomou conta do centro da cidade do Rio.

Ainda em outubro de 1968, a UNE, na ilegalidade desde 1964, realizou um congresso clandestino em um sítio na cidade de Ibiúna, interior de São Paulo. A polícia descobriu e prendeu 1.240 participantes, entre eles vários líderes estudantis, enfraquecendo o movimento. Em dezembro, Costa e Silva decretou o AI-5, o mais violento de todos os atos, levando os manifestantes contra o regime a aderirem à luta armada:

- Autorizava o presidente a fechar o Congresso;
- Instituíam a censura prévia aos meios de comunicação;
- Limitava a ação do judiciário;
- Suspendia os direitos políticos e garantias individuais, incluindo o *habeas corpus*;
- Autorizava a intervenção federal em estados e municípios;
- Dava poder ao presidente de decretar estado de sítio sem autorização do Congresso.

Após sofrer um derrame cerebral, Costa e Silva é afastado, obrigando a reabertura temporária do Congresso para oficializar a escolha do general Emílio Garrastazu Médici para presidente.

O Governo Médici é considerado o mais repressivo e violento da ditadura, que ficou conhecido como os anos de chumbo, com o maior número de acusações de tortura e desaparecimentos de opositores. Foi debaixo desse endurecimento que as guerrilhas tomaram fôlego, dando origem a grupos armados como a Aliança Libertadora Nacional (ALN), de Carlos Marighela; Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8); Comando de Libertação Nacional (Colina) e outros.

Os serviços de inteligência foram se multiplicando. Além disso, cada região militar passou a ter um Comando de Operações de Defesa Interna (Codi) que controlava a atuação das tropas dos Destacamentos de Operações Internas (DOI). Os DOI-Codi ficaram conhecidos como autênticos centros de tortura e morte.

Também nesse período, o país viveu o que os militares chamaram de milagre econômico, com a contenção da inflação e crescimento da economia à custa do arrocho salarial e do aumento da dívida externa de 3,5 bilhões de dólares para 17 bilhões de dólares. Com o crescimento da inflação (os números de controle inflacional divulgados eram forjados) e a crise internacional do petróleo (o país exportava 80% do petróleo consumido), o milagre chegou ao fim.

O general Ernesto Geisel, sucessor de Médici, anunciou em 1974 uma abertura política lenta, segura e gradual. Nessa época, os movimentos sociais e estudantis ressurgiram com força. Em 1978, Geisel anistiou os exilados políticos e, em 1979, revogou o AI-5.

João Batista Figueiredo, autor da famosa frase “Prefiro cheiro de cavalo à cheiro de povo”, tomou posse em 1979. A Lei da Anistia foi aprovada pelo Congresso, possibilitando a volta de exilados e a libertação dos presos acusados de crimes políticos, com exceção daqueles acusados por terrorismo e luta armada contra o governo. Os militares acusados de tortura e morte foram todos anistiados.

No governo Figueiredo a Arena e o MDM são extintos e o pluripartidarismo é restabelecido. Estava tudo certo para que o próximo sucessor fosse escolhido pelo Colégio Eleitoral, por eleições indiretas, em novembro de 1984. Mas o PT organizou um ato na praça Charles Miller, em São Paulo, com 10 mil pessoas que pediam eleições diretas. Em 1º de abril, 1,2 milhão de pessoas se reuniu na Candelária, Rio de Janeiro e, em 16 de abril, 1,7 milhão pedia a volta das eleições diretas. Porém, a Emenda Dante de Oliveira, que deveria ser aprovada para restabelecer as eleições diretas, não obteve os votos necessários no Congresso.

Assim, o PMDB e dissidentes do PDS lançaram Tancredo Neves como candidato no Colégio Eleitoral e, o PDS, lançou Paulo Maluf. Tancredo venceu, mas adoeceu e morreu antes de tomar posse. Quem recebeu a faixa presidencial foi o seu vice, José Sarney, político ligado à ditadura militar e que foi presidente da Arena e do PDS. Somente em 1989, as eleições diretas foram restabelecidas e o povo brasileiro pode, outra vez, eleger o presidente da República.

Os crimes e atrocidades cometidos durante esse período estão sendo esclarecidos pela Comissão Nacional da Verdade, criada em 2011 pela lei 12.528 e instituída em 2012, com a finalidade de apurar violações dos direitos humanos ocorridas entre 18 de setembro de 1946 e 5 de outubro de 1988.

Por meio dos atos institucionais, os militares perpetuaram-se no poder por 21 anos e escreveram com sangue e lágrimas as páginas da história de uma ditadura vergonhosa. Prisões, torturas, mortes, ocultação de cadáveres, supressão da liberdade. Veja depoimentos de quem viveu e sobreviveu para contar.

Do Congresso da UNE para as dependências do Dops

Nascido em Águas de Lindóia, no interior paulista, Celso Nespoli Antunes mudou-se para Amparo e Bragança Paulista para concluir o colegial. Ali mesmo, como estudante secundarista, já participava de reuniões da União Brasileira dos Estudantes Secundaristas (UBES). “Sempre gostei de política estudantil”. Já em São Paulo, em 1965, é aprovado no curso de medicina veterinária da Universidade de São Paulo (USP). “O pessoal da veterinária era completamente alienado. Nos dois primeiros anos eu praticamente não tive contato com ninguém”. Inconformado com o perfil dos alunos e da grade curricular “defasada e atrasada”, Celso disputou e venceu as eleições do Centro Acadêmico. Já contando com número significativo de aliados que, como ele, buscavam melhorias, organizou com apoio dos alunos uma greve que se iniciou em novembro de 1967 e só terminou em maio de 1968. Com apoio da mídia e de alguns deputados, o movimento deu origem à reestruturação do curso e à regulamentação da profissão, até então não reconhecida. Nascia aí um grande líder estudantil.

Quando a União Nacional dos Estudantes (UNE) realizou seu 30º Congresso em um sítio na cidade de Ibiúna, interior de São Paulo, Antunes estava entre os mais de 1.200 estudantes presos por ordem do governador Abreu Sodré. Este episódio é um dos mais conhecidos da história da UNE e do período de ditadura militar no país.

Aos 23 anos, Celso ficou durante sete dias preso no presídio Tiradentes, em São Paulo, e depois mais sete dias no Departamento de Ordem Política e Social (Dops). “Quando eu cheguei no Dops vi que tinham duas camas, a minha e uma outra que estava vazia. Após uns dias, levaram um homem muito magro e desacordado e o

jogaram nessa cama. Ele tinha sinais claros de tortura. Dias depois o colocaram na solitária e ele se matou com um corte na jugular, feito com uma lâmina. Nunca soube quem era, pois enquanto permaneceu na cela estava sempre desacordado”, lembra. Teve medo? “Sim, tive muito medo”. Enquanto estava preso, Celso usava todas as orientações que recebeu quando fez parte da Ação Popular (AP): “Eu não dava chance, não respondia, não enfrentava”. Para ele, as instruções foram essenciais para que se livrasse da tortura física. Quando saiu do Dops respondeu a dois inquéritos político militares (IPM), comparecendo, no total, a 11 depoimentos.

O saldo dessa época Celso guarda na ponta da língua. “Depois que me formei, fui perseguido em meus empregos por ter lutado pelo restabelecimento da democracia no país. Não pude tirar Carteira Nacional de Habilitação, pois era exigido o atestado ideológico, com antecedentes políticos e policiais”. Quando foi docente da Faculdade de Medicina Veterinária da Unesp, em Jaboticabal, também foi demitido com outros pesquisadores por causa dos antecedentes. “Perdi minhas pesquisas de três anos e fui impedido de defender minha tese de doutorado”, conta.

Curiosamente, sua ficha no Dops foi encontrada recentemente em uma casa abandonada no meio de um canavial em Jaborandi. Graças a um cortador de cana, que também é estudante de história, 80 fichas foram salvas. Hoje, o material pertence ao Arquivo do Estado de São Paulo. Mas Celso contesta as acusações: “Fui um líder estudantil destacado na época, fui militante da AP e depois do PC do B, mas nunca me considerei guerrilheiro”.

Em Presidente Prudente desde 1970, divide o tempo entre o trabalho como médico veterinário do Serviço de Inspeção Federal, em Pirapozinho, e a escrever contos. Ficou claustrofóbico depois de preso e, ainda hoje, aos 69 anos, sonha com o barulho dos trens que passavam pela ferrovia próxima ao Dops enquanto estava lá.

O professor e o Distrito

“Fui convidado a depor no 3º Distrito Policial de Presidente Prudente, em 1978, por conta de uma peça de teatro que ensaiei com os alunos do Colégio Objetivo de Prudente. Aconteceu que, durante essa peça, os alunos apresentavam alguns poemas e músicas, e eu era o diretor. Tudo estava indo bem na noite da apresentação, mas tive que sair mais cedo por causa de uma viagem marcada. Assim que voltei para Prudente, a polícia bateu na minha porta e me levou para depor. Lá, fiquei sabendo

que os alunos haviam cantado a canção ‘Pra não dizer que não falei das flores’, do Geraldo Vandré, no final do espetáculo, e que eu estava respondendo por me aproveitar dos estudantes para falar de política. Agora, veja, era um espetáculo fechado somente para os pais daqueles alunos, como que descobriram? E outra, isso não estava no script, foi o momento da empolgação dos próprios estudantes. Fiquei boas horas no 3º distrito, não sofri tortura física. Ao sair de lá vi que havia alunos e pais do lado de fora me esperando.”

José Caetano Silva, 66, é sociólogo e professor universitário aposentado pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista. Um dos fundadores do Partido dos Trabalhadores (PT) de Presidente Prudente foi eleito vereador por três mandatos. Atualmente, é diretor da Fundação Vicente Furlanetto.

O espetáculo que não existiu

“Na época, a gente pichava contra a ditadura. Eu fui convidado a ficar quieto em vários momentos. No Sarrion, em 1978, fui eleito presidente do centro cívico. Tinha um mural com feltro verde todo rasgado e eu achava aquilo feio. Um dia fui comprar feltro e só tinha vermelho. Depois de trocar o feltro o vice-diretor me chamou a atenção, pediu para tirar o mural e o feltro vermelho porque era cor de comunista. Foi meu primeiro contato com a ditadura. Depois, eu fui pego pichando contra a repressão. Entrei numa baratinha – aqueles fusquinhas – e levado para a polícia. Meu último contato foi com o espetáculo “Túnel”, do Dias Gomes. Nós havíamos ensaiado e iríamos sair em turnê por alguns estados. Nesse espetáculo, um grupo de pessoas fica 20 anos preso dentro de um túnel, o que é uma metáfora da ditadura. Eram três personagens, uma mulher, um comunista e um professor intelectual. Durante a apresentação, três homens entraram no teatro e assistiram ao espetáculo inteiro. Naquela época era necessário ter a liberação da censura e, nós sabíamos que seríamos censurados. Eles procuraram pelo diretor, Paulo Neves, e pediram a autorização para encenar a peça. Como ele não tinha o convidaram para ir à polícia no próximo dia de manhã. Nós fomos. Não teve tortura física, mas houve repressão e fecharam com a seguinte frase: ou o espetáculo não existe ou vocês não ficam por aqui. Nós optamos pelo espetáculo não existir.”

José Fábio Sousa Nogueira, 52, diretor de teatro e atual secretário de cultura de Presidente Prudente, em sua 5ª gestão.

O apito da panela de pressão

“Eu tive contato direto com a repressão em 1978 e 1979, quando frequentava a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Presidente Prudente, hoje Unesp. Lá eu conheci o professor Caetano, ele era nosso guru, até hoje eu o admiro, ele é uma pessoa inesquecível, dos grandes sociólogos que nós conhecemos, ele é um dos maiores para mim. Eu namorava minha primeira esposa e ela estudava Pedagogia lá. Então, eu comecei a frequentar os seminários de filosofia, psicologia, pois sempre gostei. Durante esses eventos, presenciei três invasões da polícia. Em uma delas, durante uma palestra do Plínio Marcos e a exibição do curta “O apito da panela de pressão”, o diretório acadêmico foi invadido por policiais e eu estava com um maço de panfletos mimeografados nas mãos. Quando vi aquele batalhão, pois eram muitos, comecei a rasgar o forro da poltrona com as unhas para esconder os panfletos. Minhas mãos ficaram feridas depois. E, nesse mesmo episódio, a minha namorada na época foi obrigada a mostrar o que tinha na bolsa. Me lembro exatamente como foi, ela tirando, na altura do rosto do comandante, calcinha e sutiã usados, pois ela batalhava o dia todo e ia direto para a faculdade.”

“A atual esposa do Jotacê, a cantora Nelma Melo, se lembra da época em que era estudante do curso de turismo da Universidade Católica de Pernambuco, em Olinda: “Durante um bom tempo, em cada porta das salas de aula tinha um policial”.

José Carlos Cardoso, Jotacê Cardoso, 55, músico, delegado regional da Ordem dos Músicos do Brasil e presidente do Clube do Meio Artístico.

Intelectuais e artistas da época resistiram e protestaram como e até quando puderam, já que muitos partiram para o exílio, sob pena de sofrerem retaliações mais graves. Canções, espetáculos teatrais, literatura, jornalismo, artes plásticas, o repúdio ao regime autoritário vinha de todas as formas. Para entender melhor e conhecer obras consideradas ícones de protesto ao regime,

Assista:

- Vlado: 30 anos depois (2005, João Batista de Andrade)
- Zuzu Angel (2006, Sérgio Resende)
- O ano em que meus pais saíram de férias (2006, Cao Hamburger)
- O dia que durou 21 anos (2011, Flávio Tavares)
- Anos rebeldes (1992, Gilberto Braga)

Ouçã:

- Meu caro amigo (com Chico Buarque)
- Apesar de você (com Chico Buarque)
- Pra não dizer que não falei das flores (com Geraldo Vandré)
- Acorda, amor (com Julinho da Adelaide – codinome de Chico Buarque)
- Jorge Maravilha (com Julinho da Adelaide – codinome de Chico Buarque)
- É proibido proibir (com Caetano Veloso)
- London, London (com Caetano Veloso)
- Cálice (com Gilberto Gil e Milton Nascimento)
- O bêbado e a equilibrista (com Elis Regina)

Consulte:

- www.em1964.com.br
- www.cnv.gov.br

50mm

O baú do Matsu

Por Viviane Vieira

A câmera analógica da irmã, Débora Matsu, era o brinquedo preferido do adolescente Fernando Matsu. A brincadeira favorita era fotografar shows, hábito natural para quem vem de uma família musical: a mãe, Lourdes Matsu, canta desde que Fernando se entende como gente e, no ano passado, concluiu o curso de licenciatura em música pela Universidade do Oeste Paulista (Unoeste), em Presidente Prudente; mamãe Lourdes e papai Edson (que não está mais aqui) cantavam em casamentos. A irmã, Débora, também é cantora.

O menino Matsu teve uma banda, é baterista. Em 2010 a fotografia falou mais alto. Comprou uma câmera digital influenciado pelo amigo biólogo Gabriel Murilo. A brincadeira começou a ficar mais séria na proporção em que o obturador e o diafragma da nova câmera flagravam o olhar de Fernando. A paixão cresceu e não teve fim.

Então ele achou que deveria estudar fotografia. Fez o Curso Básico de Fotografia do Paulo Miguel, grande fotógrafo prudentino e referência para os alunos que já formou em seu curso e os que assistiram às suas aulas no curso de comunicação social da Unoeste. Daí os primeiros trabalhos profissionais foram aparecendo e ele foi imprimindo sua marca.

No ano passado uniu o útil ao agradável. Mudou-se para a capital paranaense para estudar fotografia no Centro Europeu e realizou o sonho de viver em Curitiba. Por lá fez muitos amigos e encontrou várias referências. Aos poucos as preferências foram aparecendo: a fotografia de moda. Mas em seu trabalho vemos de tudo, desde um desconhecido nas ruas até editoriais pensados milimetricamente (já declarou sua paixão em fotografar pessoas e pensar ensaios). Tudo desperta o interesse de suas lentes.

No meio das lentes levou na mala os olhares emprestados de Prudente, Paulo Miguel, Fernando Martinez, Gilson Lorenti, Ed Wesley, Jo Padovan, Rodrigo Oliveto, Adriano Kirihaara, Carlos Castilho. Todos fotógrafos admirados por ele. Em Curitiba tem Melvin Quaresma, Marcos Mancinni, Primo Tacca e Allan Ely. No mundo tem Bresson, no Brasil Evandro Teixeira e Sebastião Salgado.

O que um fotógrafo precisa ter para se destacar? “Acredito que não é só apertar um botão, mas ter conhecimento em administração, marketing, contabilidade, fazer tudo

com zelo e muito amor”. Já descobriu o que fazer para ter um trabalho diferenciado: “Procuro sempre propor ao cliente um ensaio diferente e em lugares não muito explorados”. Sim, o adolescente que descobriu as lentes brincando com a máquina da irmã, agora é um homem de 26 anos que fez da fotografia sua profissão.

“Fotografar é immortalizar um momento único, ao qual não se poderá mais voltar a eternizar”. É o que ele diz. “A fotografia acima immortalizou a alegria, é uma das minhas preferidas”. Como fazer uma imagem assim e não ser banal e clichê? “Dedicação e preparo, como tudo na vida. [...] conhecer seu equipamento, se aprofundar na história da fotografia, estudar técnicas fotográficas, treinar o olhar, visitar museus, ouvir uma boa música e ler, como a frase de Ansel Adams: ‘Um fotógrafo não faz uma fotografia apenas com sua câmera, mas com os livros que leu, os filmes que assistiu, as viagens que fez, as músicas que ouviu, as pessoas que amou’.”

VAMBORA

Bienal de São Paulo: a arte por si só

Por Viviane Vieira

A primeira Bienal de São Paulo aconteceu em 1951 com esforço do empresário e mecenas Francisco Matarazzo Sobrinho (1892 - 1977), conhecido como Ciccillo Matarazzo, e de sua esposa Yolanda Penteado. A segunda Bienal, em 1953, trouxe ao Brasil a Guernica, de Pablo Picasso. O Pavilhão Ciccillo Matarazzo é seu palco desde a quarta edição, em 1957. Projetado por Oscar Niemeyer, o prédio é um ícone da arquitetura modernista brasileira e é tombado pelo Patrimônio Histórico. Já abrigou obras de 159 países, mais de 13 mil artistas, cerca de 60 mil obras, e a passagem de quase sete milhões de visitantes.

Em 2012, vivi a experiência de visitar sua 30ª edição, que trazia o título “A Iminência das Poéticas” e comemorava os 60 anos destacando as participações brasileiras nas trinta edições da mostra. Foi a primeira vez que tive contato, pessoalmente, com as obras de Arthur Bispo do Rosário, antes conhecida por mim apenas por livros. O impacto foi tão grande que retornei outras vezes para tentar apreender mais um pouquinho de tudo aquilo que nem sei bem como definir.

O tour pelos três andares do pavilhão é uma atração à parte. O trabalho de Niemeyer é, por si só, uma obra de arte que se funde a todas as outras. O ideal é ter mais de um dia disponível para conhecer cada canto, ou melhor, cada curva.

Não bastasse, o pavilhão fica no Parque Ibirapuera, que também abriga o Museu de Arte Moderna (MAM) o Auditório do Ibirapuera, a OCA, espaço que também recebe exposições, todos projetados por Oscar Niemeyer.

Neste ano, de 6 de setembro a 7 de dezembro, acontece a 31ª Bienal de São Paulo, que traz o tema “Como Falar de Coisas que Não Existem”, com curadoria de Charles Esche, Galit Eilat, Nuria Enguita Mayo, Pablo Lafuente e Oren Sagiv.

Para saber mais: www.bienal.org.br

DIALÉTICA E POÉTICA

O orgulho e a amizade

Quando sinto teu pensamento batendo com suavidade à porta do meu coração, minha alma vibra na mais estranha alegria. Quando sinto teu pensamento envolvendo minha mente com a fragrância dos mais sutis perfumes, meu verdadeiro “eu” sente anseios de evolução. Quando sinto teu pensamento vir do Cosmos infinito abraçar com amor e carinho meu pecaminoso ser, vejo então o quanto estou distante de ti e da perfeição. Um ano já se passou e apesar dos conhecimentos que através de tantos anos têm fortalecido o meu espírito, cada vez mais, querida esposa, maior se torna a minha paixão. A falta do teu carinho, o teu amor sem limites, o calor do teu coração junto ao meu, saudade e lágrimas que não mais se apagam. O amor que consagramos um ao outro serviu de exemplo e de escudo para a boa educação que soubemos dar às nossas queridas filhinhas, verdadeiros anjos para proteger teu fiel companheiro que, em breve, cairemos nos braços uns dos outros, pagando desta forma, conforme os designios de Deus, o amor com amor.

Espero e tenho confiança nos nossos mentores. Que as preces dirigidas ao Senhor dos mundos te tenham aliviado e afastando do escuro, quando passamos para verdadeira morada. Que deus tenha reservado para ti uma parte do perfume da caridade que aqui soubeste distribuir com todos aqueles que te procuravam, foi o que levaste de melhor. A população inteira desta querida cidade, que deu o nobre exemplo de solidariedade, acompanhando teu corpo no esquife carinhoso que os teus queridos – que aqui com seus corações trespessados pela falta da tua companhia na vida da matéria – fizeram.

Minha querida, estas minhas palavras tão sentidas não têm sabor de orgulho ou vaidade, mas, sim, de humildade. Porque o orgulho é comparado à parte estragada de uma laranja que simboliza a nossa vida, enquanto a humildade é a parte sadia. Enquanto o orgulho é amargo e não traz valor nutritivo para o espírito, a humildade é doce, suave e traz consigo grande valor espiritual.

Assim, eu acompanhei a tua existência terrena em minha companhia durante 53 anos. Não foste minha esposa 100 vezes acima daquele nome que se pode dar uma verdadeira mãe. O teu carinho, o amor que sempre existiu entre nós dois, será o caminho mais fácil para o nosso reencontro para bem depressa na vida espiritual, a fim de continuarmos na mesma tarefa que os dois aqui encetamos.

Aceita, minha querida, meu anjo guardião, um beijo daquele que aqui foi teu fiel companheiro, mas que ele seja igual ao beijo que a tua querida mãe te deu ao nascer.

Paz ao teu espírito.
Teu esposo, Virgílio Reis.
Até breve.

Sobre o autor

Virgílio Reis nasceu em 2 de fevereiro de 1896, em Portugal, veio para o Brasil em 1925 casado com Maria José Reis e com duas filhas – uma nascida na América do Norte e outra em Portugal - ficou um ano na cidade de Santos, chegou à Presidente Prudente em 1926, foi pioneiro na cidade, montou uma padaria na Rua Nicolau Maffei. Em 1932 transferiu a padaria para a antiga Rua Boa Vista, atual Rua Luiz Cunha e teve uma terceira filha na cidade. Na década de 1930, juntamente com os espíritas pioneiros da cidade, ajudou a construir a sede do Centro Espírita Poder da Fé, que até então funcionava na zona rural e foi o primeiro de Presidente Prudente em funcionamento até a data de hoje na Avenida Brasil, nas proximidades da rodoviária. Exerceu as funções de presidente do centro até meados da década de 1980 quando, por motivos de saúde e idade, afastou-se, vindo a falecer em 9 de maio de 1987. Essa carta Virgílio escreveu para sua esposa quando ela faleceu em 1971, era dado a escrever e declamar poesias.

QUAL É O PARAGOLÉ?

Para apreciar uma obra de arte

Por Michela Mendes

A falta de intimidade com as artes visuais muitas vezes é motivo para que deixemos de visitar uma exposição. Mas, adianta, que não é necessário ser um especialista para ver e compreender as obras, afinal, como diz Picasso, “uma obra de arte se explica por ela mesma”.

De qualquer maneira, aqui estão algumas dicas que podem deixar a sua visita mais agradável:

Cores

Simbolizam sensações, revelam intenções do artista e quase nunca são usadas de forma aleatória. Por isso, preste atenção se as cores usadas são vibrantes ou de uma repleta calma. Isso, somado a outros elementos, pode revelar a intenção do artista. Exemplo: Jan van Eyck, na obra “O casamento dos Arnolfini”, usa o vermelho e o verde para destacar a noiva em cena, já que essas duas cores são opostas no Círculo Cromático de Newton e, quando usadas juntas, acabam salientando a imagem.

Linhas

São verticais? São horizontais? Mondrian, por exemplo, usava linhas horizontais para representar o repouso e verticais para mostrar dinâmica.

Traços

São vigorosos? São delicados? Isso pode mostrar que o artista tenta representar a delicadeza ou a força de um determinado elemento na obra. Lembre-se: o uso de traços mais finos ou mais grossos pode ser uma assinatura do artista

Exemplo: Botticelli representava com seus traços finos e minuciosos, mulheres com rosto delicado.

Período

Preste atenção no ano em que a obra foi realizada. Isso também pode ser uma dica sobre as simbologias contidas nas imagens.

Créditos

Sem a intenção de subestimar o leitor, aqui vão dicas a respeito dos créditos das obras que, certamente, contribuirão para seu total entendimento.

Exemplo: na obra Monalisa, de Leonardo da Vinci você encontra as seguintes referências:

Leonardo da Vinci, “Monalisa”, 1503-1506, óleo s/ painel de madeira, Louvre, Paris

Quando você vir no crédito de uma obra a inscrição s/, significa “sobre” e não “sem”.

Exemplo: óleo s/ tela.

A data que aparece na obra é de quando o artista começou e terminou a obra.

Exemplo: se aparece 1550-1552, significa que ele começou em 1550 e terminou em 1552.

O local que aparece nos créditos é o lugar onde encontra-se atualmente a obra, e não o local de produção da obra.

Exemplo: Monalisa, Louvre, Paris, significa que hoje a obra faz parte do acervo permanente do Museu do Louvre, que fica na capital francesa.

O tema

Um artista não vive numa redoma de cristal, mas é influenciado pelo seu tempo. Por isso, os temas representados muitas vezes refletem as preocupações de toda uma sociedade num determinado momento. Os temas podem ou não aproximar você do artista, afinal, cada um tem um repertório pessoal e, por isso, pode se interessar mais ou menos por uma determinada obra.

Exemplo: Durante a ditadura militar, muitos artistas se propuseram a representar a repressão dos militares, como fez Cildo Meireles na sua obra “Quem matou Herzog?”

É importante buscar significados, mas, sobretudo, aproveite para contemplar e buscar os seus significados pessoais diante da obra.

CALEIDOSCÓPIO

O Relato de uma travessia

Por Ricardo Barros

Quando Milton Nascimento completou meio século de carreira em 2012, gravar um DVD ao vivo com as maiores músicas de sua caminhada só seria justo se a festa fosse comemorada junto com dois parceiros de longa data, Wagner Tiso e Lô Borges. Rever 50 anos é a proposta do título: uma travessia. A história do mineiro está condensada em 23 músicas, alicerces de sua trajetória. É como viajar de trem por Minas Gerais em época de Clube da Esquina, cada canção traz uma paisagem diferente e nós, meros espectadores, ficamos a admirar as formas, as cores e os sentimentos que se revelam a cada nota.

No auge dos seus 70 anos, o cantor não parece ter limite de idade. Apesar de pouco se movimentar no palco, como observado no DVD, as canções lhe dão esse poder: o da imortalidade.

Artista: Milton Nascimento

Gravadora: Universal Music

Ano de Produção: 2013

Preço (média): R\$ 37,90 (CD Duplo), R\$ 41,90 (DVD)

Ela sobreviveu

Por Ricardo Barros

Ela parece séria. Tem jeito de durona e de poucas palavras. Mas quando ela te convida a mergulhar no surto, em *Saga Lusa*, Adriana Calcanhotto revela o bom humor, a ironia e a leveza que estão submersos debaixo de seus olhos de onda.

O livro, lançado em 2008, escrito pela própria Adriana, retrata um momento curioso de sua carreira: o surto psicótico que viveu em Portugal enquanto fazia a turnê *Maré* pelo país. A experiência poderia ter sido contada de outra forma, no marasmo da angústia e da claustrofobia, mas a autora encharcou o próprio drama com diversão.

As palavras fluem como se jorrassem de uma fonte há muito sem erupção. O texto é fácil e o relato é cru, sem muitos retoques. É um cruzamento de correntezas: o erudito e o popular, a linguagem culta e a debochada, a poesia e a malandragem, diálogos

prolixos e monólogos internos. A música também navega nesse mar, por muitas vezes Adriana recorre ao repertório acumulado ao longo da vida para explicar como se sente. Enquanto escrevia, ao mesmo tempo em que Adriana se achou digna de um “nobelzinho”, ela revela o temor de que o surto destruísse sua carreira. Mas Saga Lusa, claro, é um sucesso universal para todos aqueles que fazem de Adriana um pedaço de seu mundo que, como ela mesma disse inspirada no capitão que a levou à procura de baleias: “isto aqui é o mar, ó pá, não temos certeza de nada”.

Autor: Adriana Calcanhotto

Editora: Cobogó

Número de Páginas: 168

Os maus hábitos de Almodóvar

Por Viviane Vieira

O diretor espanhol Pedro Almodóvar está no rol daqueles que ou você ama, ou odeia. Também não há como dizer que gosta de um filme do Almodóvar. Ou você gosta do trabalho todo ou não gosta de nada. O diretor imprimiu em seus filmes o modo Almodóvar de dirigir, capaz de ser identificado nos primeiros minutos de projeção da película.

Sua produção é criticamente dividida em três fases: a primeira vai até 1987, com o lançamento de *A Lei do Desejo*, fase em que o diretor era conhecido apenas na Espanha; a segunda começa com *Mulheres à Beira de um Ataque de Nervos*, e é a fase de consagração internacional do seu trabalho; e a terceira vem com *Carne Trêmula*, de 1997, e é considerada a fase madura do espanhol.

É da sua primeira fase o escrachado *Maus Hábitos*, de 1984. As freiras Redentoras Humilhadas foram especialistas em recuperar mulheres degeneradas no passado, mas a falta de mulheres a procura de redenção deixou o convento vazio. É neste momento que aparece a cantora Yolanda Bell (Cristina Sánchez Pascoal) a procura de um refúgio após testemunhar a morte do namorado por overdose de heroína e estricnina e ser procurada pela polícia.

No convento das Redentoras Humilhadas, cada freira tem um pecado característico do qual ainda não conseguiu se libertar. Drogadas, prostitutas, assassinas e cafetinas, receberam outros nomes: Irmã Esterco, Irmã Rata de Porão, Irmã Víbora e por aí vai.

A mãe superiora, lésbica e fã incondicional de Yolanda Bell, apaixona-se pela cantora.

A teologia defendida pelas Redentoras Humilhadas é uma dúvida que deve ter batido à porta de muitos de nós: Cristo morreu na cruz para nos salvar, nos libertar do pecado e da culpa. Sendo assim, não existe mais pecado e não deve haver culpa. Veja bem, a fé existe, mas se não há pecado e nem culpa, drogas, assassinatos e outros pratos mundanos continuam sendo produtos de consumo. O LSD corre solto por lá.

Outra peculiaridade de *Maus Hábitos* é a presença de duas das atrizes fetiche de Almodóvar: Marisa Paredes, a única entre elas que trabalhou com o diretor em suas três fases; e Carmen Maura, a Pepa de *Mulheres à Beira de um Ataque de Nervos*, de 1988, filme que lançou o espanhol ao mundo.

Crítica às instituições religiosas, deboche, escraço, ato de repúdio ao conservadorismo religioso e/ou em qualquer instituição. Especula-se até um escárnio ao franquismo, já em derrocada na Espanha. Mas indiscutível mesmo é o humor ácido e peculiar do longa de 30 anos, que soa, ainda hoje, inovador e contemporâneo.

Filme: *Maus Hábitos* (Entre Tinieblas)

Produção: Espanha, 1984

Direção: Pedro Almodóvar

Elenco: Cristina Sánchez Pascual, Julieta Serrano, Marisa Paredes

O musical e a musical

Por Viviane Vieira

A sensação que vem logo após assistir “Elis, a Musical” parece ser um consenso: o espetáculo demorou a acontecer. Afinal, trata-se daquela que é considerada “a maior cantora do Brasil”, do mito Elis Regina, morta há mais de 30 anos. Sim, esperamos por mais de três décadas. Mas o que está sendo visto nos palcos, desde que “Elis” estreou, parece compensar a longa ausência.

Os filhos Pedro Mariano e João Marcelo Bôscoli falam da demora de um espetáculo sobre a mãe como um mal necessário. Agora temos algo do tamanho de sua importância. São só elogios ao texto de Nelson Motta (que foi namoradinho de Elis) e Patrícia Andrade.

A pequena Laila Garin transmuta-se em Elis sem recorrer a clichês. Foi escolhida para o papel em meio a outras 200 atrizes. Formada em canto lírico e popular, já foi dirigida

por José Possi Neto, Luiz Carlos Vasconcelos, Cacá Carvalho e João Falcão no teatro e fez participações na TV em episódios de “A Grande Família” e “Louco Por Elas”. Os fãs que a viram no palco emocionaram-se com seu sorriso tão marcadamente parecido ao da original. Era uma das marcas da cantora gaúcha.

O elenco, com Tuca Andrada, Claudio Lins, Leo Diniz e outros, dão show na encarnação de personagens históricos como Tom Jobim, Ronaldo Bôscoli, César Camargo Mariano, Lennie Dale, Luiz Carlos Miele, Vinicius de Moraes e Jair Rodrigues. O diretor de novelas globais, Dennis Carvalho, dirige o seu primeiro espetáculo teatral, que ainda reúne 51 canções da Pimentinha como Arrastão, Águas de Março, O Bêbado e a Equilibrista, Madalena e Como Nossos Pais.

Desde março em São Paulo, Elis ficou quatro meses no Rio de Janeiro e foi visto por 85 mil pessoas. Para dar vida ao musical, R\$ 10 milhões foram investidos, além de contar com incentivo do Ministério da Cultura através da Lei Rouanet.

Espectáculos belíssimos têm sido produzidos por aqui. Versões de musicais da Broadway não perdem em nenhum quesito às montagens originais. “Elis, A Musical”, chega para os fãs com um gostinho de atraso, mas, por isso mesmo, cuidadosamente impecável.

Nome: Elis, A Musical

País: Brasil, 2013

Produção: Aventura Entretenimento em parceria com a Buenos Dias

Texto: Nelson Motta e Patrícia Andrade

Direção: Dennis Carvalho

Elenco: Laila Garin (Elis), Claudio Lins (César Camargo Mariano), Tuca Andrada (Ronaldo Bôscoli), Germano Melo (Luiz Carlos Miele e Paulo Francis), Ícaro Silva (Jair Rodrigues), Leo Diniz (Tom Jobim)

Onde: Teatro Alfa, São Paulo

Quando: até 13 de julho

Ingressos: de R\$ 20 a R\$ 180

Duração: 2h10, com intervalo de 15 minutos