

## Luso Amazona<sup>1</sup>

Huylame Affonso Tavares BRUCE<sup>2</sup>  
José Ivo de Aguiar dos SANTOS<sup>3</sup>  
Cynthia da Silva PINHEIRO<sup>4</sup>  
Mayana de Almeida ROCHA<sup>5</sup>  
Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES<sup>6</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### RESUMO

A produção em jornalismo informativo “Luso Amazona” foi concebido e produzido com objetivo de atender ao público composto pela comunidade portuguesa residente em Manaus: imigrantes portugueses e seus descendentes. Produzido no âmbito da disciplina A Comunicação no Amazonas e na Amazônia, trata-se de um produto experimental por destinar-se a um público ainda esquecido no Amazonas no que se refere a veículos informativos especializados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imigrantes portugueses; Jornalismo informativo; Manaus; Amazonas.

### 1. INTRODUÇÃO

O jornal “Luso Amazona” foi desenvolvido a partir da disciplina Comunicação no Amazonas e na Amazônia do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). A princípio o objetivo era desenvolver um projeto gráfico e editorial de um jornal para obtenção de nota parcial da disciplina, mas o envolvimento da equipe terminou dando origem a um produto gráfico com proposta **inovadora e experimental** de focar sua linha gráfico-editorial para a colônia portuguesa de Manaus: imigrantes e seus descendentes que decidiram construir suas vidas na capital do Amazonas.

Composto com os recursos de diagramação usados no jornalismo impresso, como cabeça, manchete, chapéu, intertítulo, entre outros, o jornal “Luso Amazona” apresenta um conteúdo coerente e um layout simples e de agradável leitura. O projeto foi desenvolvido

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Informativo.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 3º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: [huylame.bruce@gmail.com](mailto:huylame.bruce@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 3º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: [ivodeaguiar@hotmail.com](mailto:ivodeaguiar@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso Jornalismo, email: [cynthiablinc@hotmail.com](mailto:cynthiablinc@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: [mayanarocha19@hotmail.com](mailto:mayanarocha19@hotmail.com)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: [allan\\_soljenitsin@yahoo.com.br](mailto:allan_soljenitsin@yahoo.com.br)

para uma periodicidade mensal, portanto, apresenta como conteúdo notícias de interesse do seu público alvo. Todas as matérias foram pensadas e selecionadas apresentam-se aos leitores na forma de um jornal em formato A4 e uma linguagem acessível.

Acreditamos que o “Luso Amazona” **adéqua-se a modalidade Produção em jornalismo informativo – Noticiário, Reportagem, Entrevista (avulso apresentado em qualquer suporte)**, por tratar-se, segundo Melo (2010), de um noticiário que retrata os fatos com os detalhes necessários à sua compreensão como notícia, característica básica do gênero informativo e que aparece na maioria dos informativos impressos.

## 2. OBJETIVO

O jornal “Luso Amazona” tem com objetivo principal oferecer um veículo de comunicação impressa cujos projetos editorial e gráfico são voltados para os interesses informativos da colônia portuguesa de Manaus.

## 3. JUSTIFICATIVA

A região onde está o Estado do Amazonas teve uma forte presença portuguesa. A região era parte integrante da Espanha, nos primeiros anos que sucederam ao descobrimento da América, mas foi ocupada e colonizada pelos portugueses. A 03 de junho de 1542 o Rio Negro foi descoberto por Francisco Orellana que lhe pôs o nome. O período de povoação da Amazônia inicia entre os anos de 1580 a 1640, época em que Portugal e Espanha permaneceram sob uma só coroa, tendo os portugueses penetrado no vale amazônico, sem desrespeito oficial aos interesses espanhóis.

Devido aos interesses comerciais portugueses que não viam na região a facilidade em obter grandes lucros a curto prazo, pois a região era de difícil acesso e desconheciam a existência de riquezas (ouro e prata), a ocupação do lugar, onde se encontra hoje o município de Manaus, foi demorada. As primeiras manifestações de ocupação da região ocorreram através das tropas de resgate que, com objetivo de capturar escravos, invadiram a região à caça dos indígenas. Ao redor do pouso das tropas, constituíam-se os aldeamentos dos índios que em seguida eram pacificados pelos religiosos.

A tarefa de construir uma de fortaleza foi confiada a Francisco da Mota Falcão auxiliado pelo filho Manuel da Mota Siqueira. Erguida, em 1669, em pedra e barro, sem fosso e na forma quadrangular. Possuía dois canhões de bronze e dois de ferro que guarneciam as cortinas. A fortaleza foi chamada de Forte de São José da Barra do Rio

Negro. O Forte ficava precisamente a três léguas da foz do Rio Negro, mais ou menos, no local onde se encontrava o antigo edifício da Fazenda Pública. E a duas léguas ficava a tapera dos Tarumãs.

O forte desempenhou sua missão durante 114 anos. Foi o seu 1º comandante o capitão Angélico de Barros. Os primitivos habitantes dessa área, onde se encontrava o forte de São José da Barra do Rio Negro, foram as tribos: Manáos, Barés, Banibas e Passés, muitos dos quais ajudaram na construção do Forte, por influência dos religiosos portugueses e passaram a morar nas suas proximidades em palhoças humildes.

A tribo dos Manáos, considerada orgulhosa pelos portugueses, negava-se a ser dominada e servir de mão de obra escrava, entrava em confronto com os habitantes do Forte. Essas lutas só terminaram quando os militares portugueses começaram a ligar-se aos Manáos através de casamentos com as filhas dos Tuxauas. Um dos líderes dos Manáos foi o indígena Ajuricaba que se opôs a colonização dos portugueses e que, no entanto, apoiava os holandeses: Ajuricaba foi aprisionado e enviado ao Pará. Sua morte ocorreu, em situação misteriosa, durante a viagem.

A população formada por indígenas e brancos cresceu tanto que em 1695 os missionários carmelitas, juntamente com os franciscanos, jesuítas e mercedários (encarregado de catequizar os índios e impedir as guerras) resolveram erguer uma capela nas proximidades do Forte de São José da Barra do Rio Negro, onde recebeu o nome de Capela de Nossa Senhora da Conceição, padroeira de Manaus.

A Carta Régia, de 03 de março de 1755, criou a Capitania de São José do Rio Negro, no governo de Francisco Xavier de Mendonça Furtado, cuja sede estabeleceu-se em Mariuá, Barcelos. Temeroso de invasões espanholas, o governador Manoel da Gama Lobo D'Almada transferiu a sede de Barcelos para o Lugar da Barra (ponto mais estratégico) em 21 de setembro de 1791. Com esse feito, o lugar adquiriu grande prestígio e progresso.

Através do decreto de 13 de novembro de 1832, o Lugar da Barra passou a categoria de Vila, já com a denominação de Vila de Manaus, nome que manteria até o dia 24 de outubro de 1848. Com a Lei 145 da Assembleia da Provincial Paraense adquiriu o nome de Cidade da Barra do Rio Negro, em vista da vila ter assumido foros de cidade, cidade de Nossa Senhora da Conceição da Barra do Rio Negro. A 05 de setembro de 1850 foi criada a Província do Amazonas pela Lei Imperial nº 1592, tornando-se a Vila da Barra do Rio Negro.

A cidade floresce e vive um espetacular ciclo de desenvolvimento a partir de 1890, em decorrência das riquezas geradas pela produção e exportação da borracha natural (*Hevea brasiliensis*), época áurea em que foram realizadas grandes obras - o Porto de Manaus, o Teatro Amazonas, o Palácio da Justiça, o Reservatório do Mocó, a primeira rede de energia elétrica, os serviços de transporte coletivo em bondes, o início da construção da rede de esgotos, hotéis, casas de espetáculos, praças, escolas, liceus, etc..

Manaus torna-se uma referência internacional, símbolo de prosperidade e civilização, palco de importantes acontecimentos artísticos e culturais. Floresce o comércio de produtos luxuosos e supérfluos. Homens e mulheres de todo o mundo, principalmente portugueses, desfilam por suas ruas e avenidas, na sede da compra do “Ouro Negro”, como era chamada a borracha natural, para revenderem com grandes lucros nas principais capitais da Europa e nos Estados Unidos da América.

Em 1910, iniciam-se tempos muito difíceis para a cidade, devido a forte concorrência da borracha natural plantada nos seringais da Ásia, que chega aos mercados europeu e americano com enormes vantagens, decretando a falência da economia local. Ou ciclo de desenvolvimento ligado a economia gomífera ocorreria em plena 2ª Guerra Mundial. Os japoneses cortaram o fornecimento de borracha para os Estados Unidos. Como resultado, milhares de brasileiros do Nordeste foram enviados para os seringais amazônicos, em nome da luta contra o nazismo.

No final de 1941, os países aliados viam o esforço de guerra consumir rapidamente seus estoques de matérias-primas estratégicas. E nenhum caso era mais alarmante do que o da borracha. A entrada do Japão no conflito determinou o bloqueio definitivo dos produtores asiáticos de borracha. Já no princípio de 1942, o Japão controlava mais de 97% das regiões produtoras do Pacífico, tornando crítica a disponibilidade do produto para a indústria bélica dos aliados. A conjunção desses acontecimentos deu origem no Brasil à quase desconhecida Batalha da Borracha. Novamente Manaus seria destino de vários imigrantes e migrantes interessados em ganhar dinheiro com o látex.

Em todas estas fases do desenvolvimento da capital do Amazonas, as marcas da imigração portuguesa se faz presente. Desde os primeiros habitantes do Forte até aos comerciantes que se estabeleceram durante o auge da economia da borracha, é influencia lusitana é facilmente percebida pelo centro histórico da cidade. Monumentos, padarias, mercearias, o hospital de Beneficência Portuguesa, o Luso Sport Club e a número

considerável de portugueses na Associação Comercial do Amazonas (ACA). Os imigrantes e seus descendentes constituem hoje uma comunidade numerosa.

Levando em conta estes fatos e a ausência de um veículo de comunicação impressa voltado para a comunidade portuguesa em Manaus, surgiu a proposta **inovadora e experimental** do “Luso Amazona”. Um informativo voltado para assuntos de interesse deste público e com o objetivo de promover a integração e a difusão da cultura e da contribuição portuguesa para a sociedade manauara.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na concepção e produção do “Luso Amazona”, utilizamos o encaminhamento de Silva (1985) quanto à necessidade de se estabelecer uma linha gráfico-editorial para os produtos jornalísticos impressos. O discurso gráfico tem como objetivo ordenar a percepção dos leitores e dar-lhes o ‘fio da leitura’:

O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso ele possui uma qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então há pelo menos duas leituras: uma gráfica e outra textual. (PRADO apud COLLARO, 1996, p.34)

Já o discurso editorial ou a linha editorial constitui-se como a política predeterminada pela direção do veículo de comunicação ou pela diretoria da empresa que determina a lógica pela qual a empresa jornalística enxerga o mundo (SILVA, 1985). Ela indica também seus valores, aponta seus paradigmas e influencia decisivamente na construção de sua mensagem. A linha editorial do “Luso Amazona” orientou o modo como cada texto foi redigido, definiu quais termos puderam ou não ser usados, quais deveriam ser usados, e qual a hierarquia que cada tema teve na edição final.

Em relação à linha editorial do “Luso Amazona”, ela foi definida tendo como referência o que afirma Erbolato (1991) sobre o fato dos meios eletrônicos terem obrigado os veículos impressos a dar aos leitores o complemento do que foi ouvido no rádio, visto na TV e lido na internet por meio de conteúdos jornalísticos interpretativos e analíticos. Logo, ao invés de tratar apenas do factual “Luso Amazona” se volta também para fatos de interesse do público alvo visando a sua interpretação:

O jornalismo interpretativo é realmente o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele – não a atitude de

valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz no jornalismo opinativo. (LEANDRO & MEDINA, p.16, 1973)

A origem das notícias abordadas pelo “Luso Amazona” foram as informações que seriam de interesse do público alvo. Seguimos a orientação de Leandro e Medina (1973) para dar corpo a uma cobertura informativa, ou seja, usamos três direções: 1) articular o fato nuclear, outros fatos que o situam no presente e num espaço conjunturais; 2) a valorização do humano no fato jornalístico, no sentido de fazer com que a reportagem faça o público viver a história como ele próprio fosse um protagonista; e 3) uma aproximação da informação jornalística com a informação com o cotidiano do público alvo. Em resumo, o “Luso Amazona” buscou o aprofundamento, os antecedentes (temporais, espaciais e dos fatos), contextualização e a humanização.

Sobre a definição do discurso gráfico ou projeto gráfico, partimos do princípio de que ele possui uma linguagem específica e uma rede de significações (CRAIG, 1987). Para que conteúdo e forma caminhassem juntos, com objetivo da peça final traduzir exatamente a consciência do seu valor informacional e estético, é necessário levar em consideração as seguintes questões no ato da diagramação (COLLARO, 1996): a) as ideias que as palavras deveriam representar; b) os elementos gráficos a serem usados; c) a importância relativa das ideias e dos elementos gráficos; e c) a ordem de apresentação. Para dar respostas a estes questionamentos levamos em conta o tipo de mensagem a ser veiculada (conteúdo jornalístico), os consumidores da mensagem (público alvo) e o grau de interesse que a mensagem pretendia proporcionar (estratégias editoriais para chamar a atenção do público).

O ponto de partida para confecção do projeto gráfico deu-se com o planejamento. Nesta fase, como afirma Collaro (1996), é necessário fazer e responder a algumas perguntas: Quem é o público alvo? Qual a mensagem que se quer passar? Qual o formato: livro, revista, jornal, standard, tablóide, etc.; O que se viu nos concorrentes? Qual a ligação com outras publicações? Nossas respostas foram: o público alvo é composto pelo imigrantes e descendentes de portugueses que moram em Manaus, a mensagem que queremos passar é a de um jornalismo capaz de dar elementos aos leitores para formar opinião acerca dos temas tratados, o formato escolhido foi o A4.

Como dito antes, o padrão gráfico dos produtos impressos deve ter, antes de tudo, um fundamento filosófico, que será aliado a uma estrutura gráfico-editorial. Esta padronização representará para o leitor a imagem do jornal, com embalagem e conteúdos eficientes (WILLIANS, 1995). No caso do “Luso Amazona”, alunos e professores definiram seu

nome e demais escolhas gráficas (cores, ilustrações e demais elementos) tendo como fundamento uma proposta refletir elementos que remetessem a cultura portuguesa: as cores da bandeira de Portugal, da bandeira do Amazonas e etc.

Para tanto, foram escolhidas como cores predominantes o vermelho e o verde, pois estão presentes na bandeira de Portugal. Conforme preconiza Guimarães (2003), a precisão na escolha de um ou mais cores:

[...] dependerá pois da história dessa cor, do conhecimento pelo receptor da informação dessa história e do contexto criado pela apresentação da notícia para “empurrar” a cor para o significado que se espera que ela venha a formar. (p.41)

Definido o fundamento filosófico que serviu de base para o discurso gráfico-editorial, partimos para a diagramação do “Luso Amazona”. Em suas páginas, usamos o fundamento de que a visão instintivamente se desloca com rapidez em diagonal para o lado inferior oposto, a rota básica da vista se projeta do lado superior esquerdo para o lado inferior direito (HUBERT, 1987). Por isso, ao diagramarmos o jornal tivemos o cuidado de preencher as zonas mortas e o centro ótico (pontos para onde a visão do leitor normalmente não se direciona imediatamente) da página com aspectos atrativos para que a leitura se tornasse ordenada. Além disso, a capa e as páginas internas possuem um ponto de apoio (marco gráfico que orienta a disposição dos elementos gráficos na página), que foram escolhidos tendo como base os critérios de: ritmo, equilíbrio, harmonia, motivo predominante, motivo secundário e motivo de ligação (CRAIG, 1987).

Os elementos gráficos utilizados no “Luso Amazona” foram título, textos, fotos, fios tipográficos, vinhetas e espaços em branco. A disposição dos mesmos primou pelo equilíbrio, elemento chave de um design, tanto o simétrico quanto o assimétrico (SILVA, 1985). Embora o encaixe das peças obedeça a um critério pessoal (COLLARO, 1996), observamos certas, como destaque para o título (manchete), correspondente à importância da notícia, precisão no corte das fotografias, cálculo exato dos textos e senso estético.

Para a produção das matérias do tabloide, foi decidido que todos os membros da equipe seriam repórteres, e conseqüentemente todos iriam a campo, à procura da notícia, pois. Antes de sair às ruas, no entanto, a equipe se reuniu para discutir os temas que seriam abordados, organizou as ideias através da pauta, e pesquisou o que era necessário, sempre tendo em mente a realização de uma boa matéria, pois como ERBOLATO (1979) aponta,

há uma necessidade de se pensar em coisas novas e atraentes, e uma matéria interessante pode surgir a partir dos mais variados lugares e situações:

[...] é preciso que o corpo redatorial esteja a par de todos os acontecimentos do dia, sugira reportagens e realize pesquisas. Philip Lesly enumera várias maneiras para se *criarem* notícias: entrevistar personalidades, elaborar sumários ou retrospectos de fatos importantes, [...] manter polêmicas, [...] verificar qual a repercussão (no país ou na cidade) de fatos ocorridos no exterior, elaborar e comentar estatísticas [...] (ERBOLATO, 1979, p. 154)

Nessa busca pela notícia atraente, a pauta pode ser uma grande aliada, se feita com atenção e empenho. ERBOLATO (1979), lembra que “o pauteiro é peça importante no complexo jornalístico. Entre as suas funções está a de ler tudo o que lhe caia às mãos, mas sempre na tentativa de *encontrar a chave* para a boa matéria” (p. 155). No caso deste trabalho, não houve um pauteiro específico: em reunião, todos exerceram em conjunto essa função.

Após a escolha das pautas, partiu-se para a captação das notícias propriamente ditas. Para tanto, os repórteres coletaram os dados necessários através, principalmente, de pesquisa de campo e contatos com diversas fontes. Nesse processo, foi de extrema utilidade e importância a técnica da entrevista, de forma a obter informações essenciais para as matérias e também de estreitar as relações com a fonte, chegando até mesmo a obter mais informações e opiniões que poderiam ser consideradas dentro da notícia. Procurou-se executar todas as tarefas com extremo cuidado, por exemplo, preparando-se para as entrevistas, para não ficar fazendo perguntas a esmo. Afinal, como ERBOLATO (1979) diz:

A entrevista é um gênero jornalístico, que requer técnica e capacidade profissional, pois se não for bem conduzida redundará em fracasso. O repórter diante de alguém capaz de lhe transmitir elementos básicos para qualquer matéria, perderá o seu tempo e nada oferecerá de bom para o jornal, se não se conduzir com calma e ordenadamente. (ERBOLATO, 1979, p. 138)

Uma vez que as entrevistas foram realizadas e as informações necessárias foram devidamente coletadas, as matérias foram escritas pelos repórteres, e logo em seguida revisadas por um membro escolhido como redator-chefe, para evitar a ocorrência de erros no jornal, e para padronizar detalhes como o uso de siglas, por exemplo.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O “Luso Amazona” é um informativo com 12 páginas em formato A4 voltado para a comunidade portuguesa em Manaus. Em sua primeira edição, traz matérias sobre as influências portuguesas na religiosidade dos manauaras, um pouco da história da imigração lusa para Manaus após o Ciclo da Borracha, os sabores da cozinha portuguesa e onde encontrá-la na capital, histórias de imigrantes que obtiveram sucesso nos negócios e as marcas arquitetônicas deixadas pelos primeiros portugueses no centro histórico da cidade.

## 6. CONSIDERAÇÕES

A produção do “Luso Amazona” proporcionou a equipe vivenciar um pouco da realidade de uma redação de um jornal. A captação, redação e edição das notícias foram importantes para a fixação dos conteúdos apreendidos em sala de aula sobre a história do Amazonas e dos formatos informativos impressos. Além disso, a comunidade portuguesa ganhou um projeto de informativo para promover a sua integração e difusão da contribuição lusa para a formação social e cultural de Manaus.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout: Design Básico**. Tradução de Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico**. São Paulo: Summus, 1996.
- CRAIG, Janes. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.
- FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Comunicação**. São Paulo: Edgard, 2004.
- GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia – a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- HUBERT, Allan. **Layout**. São Paulo: Nobel, 1987.
- MARCELI, Thatiana. **Design de jornais**: quase tudo que você precisa saber para projetar um jornal. Rio de Janeiro: Edit Impress, 2006.
- MELO, JM. **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- PARRON, Joaquim. **Para uma concepção analítica da educação**, 1986. Dissertação (Mestrado em educação) Pontifícia Universidade Católica do Paraná. PROJETO. Blucher, sd.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação, planejamento gráfico-visual**. São Paulo: Summus, 1985.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – porque as notícias são como são**. 2ª. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995.