

Despensa, cultura armazenada: Jornalismo opinativo em revista¹

Camila de Oliveira MACHADO²

Angélica MUJAHED³

Laura SLIVA⁴

Cícero LIRA⁵

Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR), Curitiba, PR

RESUMO

O projeto da revista *Despensa – cultura armazenada* tem como objetivo produzir um conteúdo diferenciado no campo cultural. Apresenta reportagens aprofundadas; usa do jornalismo literário na composição dos textos; traz o gênero opinativo em crônicas, editoriais e reportagens; e valoriza a cultura local - deslocando-se do eixo Rio-São Paulo e salientando a arte dos paranaenses. Destinada ao público interessado em cinema, arte, literatura e teatro, *Despensa* foi impressa em formato pocket (13,5cm) e papel couché.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cultural, cultura, opinião, crônica.

1 INTRODUÇÃO

Muito antes de ser informativo o jornalismo foi opinativo. Segundo Campos (2001), já se via identificado no panfletismo ideológico da Revolução Francesa. Opina-se, então, nos editoriais, nas colunas, nas crônicas, nos artigos, “e também no modo de apresentar a matéria, no corte de uma foto, no destaque escolhido para cada parte da matéria final, afim, emite-se opiniões de mil e uma maneiras.” (CAMPOS, 2001)

Para Luiz Beltrão (1980),

"Opinião: ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar o leitor, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia social".
(BELTRÃO, 1980)

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Opinativo.

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo email: caamila.machado@gmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: angelicamujahed@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Jornalismo, email: sliva.lauram@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: cicrolira@gmail.com

Diante disso, a publicação *Despensa*, se propõe a trazer reportagens, perfis, crônicas e editoriais, fazendo uso das diferentes formas que o jornalismo opinativo pode se manifestar.

As notícias do jornal são a matéria-prima natural da opinião, mas não a única. O artigo ou editorial realmente útil suplementa a notícia com pesquisa e informação adicional. Sem isso, será difícil escapar de observações superficiais e conclusões padronizadas. A opinião pode ser manifestada de forma leve, irônica ou séria, seca; mas lhe é proibido ser pomposa ou solene. Alguns textos do jornal parecem usar roupa esporte; outros vestem terno e gravata. O editorial está quase sempre no segundo caso – mas não usa fraque, beca ou toga. (GARCIA, 1993)

Para atingir os leitores de forma adequada, estudou-se, através de pesquisa bibliográfica o receptor. Como embasamento na criação do projeto gráfico da revista, utilizou-se, também, uma análise de concorrência do mercado editorial brasileiro de jornalismo.

2 OBJETIVO

2.1 Objetivo geral

Perceber como o jornalismo opinativo pode estar presente em publicações culturais, não manipulando informações, mas contribuindo na formação de um público crítico.

2.2 Objetivos específicos

- Fidelizar o público;
- Trazer ao leitor argumentos para que esse possa tornar-se crítico frente as informações que é exposto diariamente;
- Identificar as preferências do público no que diz respeito a publicações opinativas, assuntos, formatos e apelos visuais;
- Criar um material diferenciado no nicho proposto;

3 JUSTIFICATIVA

A evolução da tecnologia contribuiu para uma importante mudança no cenário da indústria do entretenimento. Segundo a teoria da Cauda Longa (The Long Tail), de Chris Anderson (2006), o mercado de massa transformou-se em um mercado de nichos. A cauda está cada vez mais longa, visto a quantidade de produtos disponibilizados no mercado.

Os *hits* hoje competem em um grande mercado de nichos, de qualquer tamanho. E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades. (ANDERSON, 2006, p.5)

Diante disso, justifica-se a publicação *Despensa*, que apesar de não se única no mercado, é direcionada a um nicho específico e tem linguagem própria.

Visto à segmentação do mercado, *Despensa* diferencia-se das demais porque valoriza a cultura local, estimulando músicos, escritores e atores de Curitiba e região, trazendo novas oportunidades para a crítica paranaense, além de atender a demanda de um público específico: apreciadores de arte.

As reportagens trazem traços pessoais de quem escreve e dos personagens. O uso de adjetivos, influência do jornalismo literário, traz traços opinativos aos textos, envolvendo o leitor.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto foi desenvolvido a partir de dois procedimentos de pesquisa:

4.1 Análise de mercado e concorrência

Primeiramente optou-se por fazer uma breve análise do mercado de revistas culturais, selecionando as possíveis concorrentes da publicação *Despensa*.

a) Revista BRAVO!

A revista BRAVO! é uma publicação mensal da editora Abril. No mercado há 14 anos, caracteriza-se por reportagens que valorizam as artes plásticas. A diagramação é leve, a fotografia é apreciada e a maioria dos textos são longos.

Apresenta-se dividida em sete editorias: Música; Teatro e Dança; Artes Visuais; Literatura; Cinema; Primeira Fila e Ficção Inédita.

b) Revista piaui

A revista piaui é uma publicação do grupo Estadão. A periodicidade é mensal. A presença de ilustrações e charges é uma marca registrada da Piaui. Entre as seções dispõe de crítica de cinema, ficção, poesia, questões urbanas, anais de política, etc.

A diagramação é criativa, alterna a valorização de fotografias e ilustrações com espaços em branco. Os textos são longos e usam do jornalismo literário.

4.2 Pesquisa bibliográfica

A pesquisa através de material bibliográfico levou em conta títulos desde a produção de revistas, até jornalismo segmentado e jornalismo opinativo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A publicação apresenta cinco editoriais fixas: Música; Literatura; Teatro; Cinema e Crônica. Pode-se adicionar ou remover editorias de acordo com a necessidade de cada edição. A seção Trash foi acrescentada, visto a temática que envolve a reportagem da seção: *pulp fiction*.

Quarenta páginas. A diagramação é solta, leve e diferenciada. Textos longos, valorização da fotografia. Possui quatro anúncios, que também interagem com a revista, pois tratam de atividades e/ou programas culturais/entretenimento.

Logo nas primeiras páginas, o *Editorial*, bastante criativo, apresenta os itens que estão na Despensa: as reportagens que farão parte do armazém cultural da edição. Para Bahia (1990) o editorial também é uma notícia. “É uma notícia qualificada, com conteúdo oposto ao da informação, ou além dela, e sendo crítica, emissora de ideias e juízos de valores” (BAHIA, 1990, p.65).

De cunho bastante opinativo, o editorial da *Despensa*, cita Lindoso (2007), atentando para o pouco espaço dado ao jornalismo cultural no Brasil.

É muito clara e precisa a diminuição do espaço para a reflexão sobre cultura. De maneira geral, há uma presunção tola dos meios de comunicação no Brasil, a de

que o brasileiro não se interessa por esses assuntos, de que não há tempo para a leitura e que, portanto, deve-se reduzir os textos. (LINDOSO, 2007, p.54)

A editoria de Música traz três perfis bastante detalhados. O intenso uso de adjetivos no texto faz o leitor sentir-se junto ao repórter, próximo aos músicos. Por se tratar de um texto subjetivo, o repórter constrói o personagem a partir do que observa. Revela-se aí, o caráter opinativo do gênero. Longe do imediatismo da mídia, o perfil vem como o esforço para desvendar o personagem de todos os ângulos. Para Humberto Weneck (2004), é jornalismo, mas não o usual, onde se busca a objetividade. “Não é esse em que o repórter, em nome da objetividade, se sente desobrigado de servir o leitor. Como se a informação devesse ser, goela abaixo do leitor, uma espécie de pílula, que nutre sem a obrigação de ser palatável”.

É algo que, na correria das redações, mas também na imaginação rasa de muito jornalista, poucos profissionais se lembram de fazer. A imprensa costuma tratar intensivamente um determinado assunto – para de repente, como um predador, abandoná-lo no caminho. Raros são os que se interessam por essa, digamos, carcaça da notícia. (WERNECK, 2004)

Em *Teatro*, o texto foi construído a partir de uma entrevista feita com o comediante Fábio Lins. Na seção *Trash*, a reportagem vem preenchida com doses de literatura não ficcional. Em *Literatura*, o perfil é da escritora curitibana Vera Biscaia. Em *Cinema*, a matéria intitulada “*Sem pipoca, com aguardente*”, apresenta o cineclubes Diínamo e traça os perfis dos seus membros. Finalmente, a editoria *Crônica*, totalmente opinativa, conta a experiência na repórter em um trabalho voluntário em asilo para idosos. “Crônica é a forma de expressão do jornalista/escritor para transmitir ao leitor seu juízo sobre fatos, ideias, emoções pessoais ou coletivas, o que a coloca no nobre gênero do jornalismo opinativo”. (BELTRÃO, 1980, p.66).

6 CONSIDERAÇÕES

A publicação *Dispensa* vem preencher um nicho do mercado de revistas ocupado principalmente por notícias factuais ou temas segmentados. Tem estilo sereno, livre da premissa de notícia urgente, há mais tempo para apuração e aprofundamento das reportagens. A revista é um espaço para reportagens, perfis, ensaios e crônicas.

Pretende ser inventada do zero a cada número. Os assuntos não precisam estar presentes em todas as edições, o que a torna maleável.

Como visto, há espaço para a publicação no mercado, pois os textos da revista, diferentes entre si, não possuem *lead* e *sublead*, fiéis ao *new journalism*. Para os membros da *Despensa*, reportagem boa é quando o leitor chega ao final de uma história sobre um assunto que antes não lhe interessava. Reportagem boa é quando há argumento, quando há discussão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. São Paulo: Ática, 1990.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

CAMPOS, Pedro Celso. **Gênero Opinativo**. 2001. Observatório de Imprensa OnLine. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da010520026.htm (acesso 16 abril 2012)

GARCIA, Luiz. **Manual de Redação e Estilo**. Rio de Janeiro: Globo, 1993.

LINDOSO, Felipe. **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.

WERNECK, Humberto. **A Arte de Sujar os Sapatos**. Observatório da Imprensa. Ed. 276. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_arte_de_sujar_os_sapatos (acesso em 16 abril 2012)