

O Jornal CineCom e a Crítica Cinematográfica¹

Mariana BELLOZI²
Laene MUCCI DANIEL³
Hideíde Brito TORRES

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Este trabalho tem como intenção apresentar o *Jornal CineCom*, parte integrante do projeto de extensão “*CineCom – Cinema e Cultura Para Todos*”⁴, realizado por alunos do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa. Tendo em vista o caráter humano do Projeto, o jornal serve como forma de contato e troca de experiências entre público e organizadores do *CineCom*. O trabalho também trará sucintas considerações à luz do Jornalismo Cultural presente em outras colunas do objeto de estudo levando em consideração a importância do público-alvo da publicação para a escolha de temas e forma do fazer jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; cinecom; jornal; jornalismo cultural.

1 INTRODUÇÃO

Iniciado em janeiro de 2012, o projeto *CineCom - Cinema e Cultura Para Todos* traz, desde o mês de maio do ano citado, sessões de cinema ao ar livre para a população nativa viçosense e os estudantes universitários da cidade. Organizado por alunos e professores do curso de Comunicação Social - habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, o projeto de extensão tem, como principal objetivo, levar a sétima arte de forma gratuita para aqueles que não têm acesso e/ou dinheiro para ir ao cinema ou alugar filmes. Em meio às várias peças jornalísticas produzidas pelos participantes do projeto está o *Jornal CineCom*. Com formato de fácil manuseio (quatro páginas), preto e branco, o jornal é distribuído a cada sessão feita como uma forma de informar o público presente sobre o filme exibido, sobre a sessão anterior e outros assuntos a cerca da sétima arte (inclusa a crítica cinematográfica).

A cidade de Viçosa possui apenas um cinema comercial, oferecendo aos cidadãos uma falha programação. Desta forma, a equipe organizadora do projeto se propõe a trazer, mensalmente, filmes que possam entreter e apresentar ao cidadão comum o cinema

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção Jornalismo Literário e/ou de Opinião.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo, email maribellozi@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email laenemucci@gmail.com.

⁴ Projeto viabilizado pelo apoio da cooperativa de crédito Sicoob UFVcredi

produzido no país e no mundo em diversos momentos da indústria cinematográfica. Neste contexto, nasce o *CineCom* como uma forma de opção de lazer e entretenimento cultural ao alcance da maior parte do público alvo. As exhibições dos filmes acontecem no gramado das chamadas “Quatro Pilastras”, ponto conhecido pelas pessoas da cidade como a entrada da Universidade.

Como projeto de extensão do curso de jornalismo, o *CineCom* oferece aos alunos envolvidos uma forma de colocar em prática aquilo aprendido em sala de aula e também a oportunidade de aumentar os horizontes para além dos limites do jornalismo na Comunicação Social: o estudante tem contato com telejornalismo, radiojornalismo, jornalismo impresso, webjornalismo (blog) e assessoria de imprensa. Este artigo tratará, especificamente, do jornal produzido e distribuído em todas as sessões oferecidas.

2 OBJETIVO

Como dito anteriormente, a fim de oferecer aos alunos participantes do projeto *CineCom* oportunidades para que o mesmo coloque em prática os conhecimentos recebidos em sala de aula e, concomitantemente, ofereça uma forma de cultura e lazer à população da cidade que o acolhe. São produzidas para todas as sessões peças jornalísticas das mais diversas áreas, no entanto, aqui será apresentado *Jornal CineCom* tendo como destaque duas edições. Nestas, dois⁵ alunos levam a autoria dos textos, considerados aqui, “críticas”, enquadrando-se no gênero opinativo.

Este *paper* tem como objetivo estudar os jornais como um produto jornalístico utilizando-se da coluna de crítica cinematográfica como exemplo da intenção principal do projeto de alcançar o público alvo e levar a cultura a todas as pessoas. O autor José Marques de Melo, em seu livro “Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro” define a crítica cultural produzida atualmente no Brasil como resenha:

Desaparece (ou se torna residual) a crítica estética, dedicada a aprender o sentido profundo das obras-de-arte e situá-las no contexto histórico, surgindo, em seu lugar, a resenha, uma atividade mais simplificada, culturalmente despojada, adquirindo um nítido contorno conjuntural. (MELO, 2003, p 131)

Feito como forma de prática jornalística, o *Jornal CineCom* traz em suas páginas textos com linguagem fácil e assuntos pertinentes à sessão exibida bem como a cobertura da sessão anterior. Com intenção de sempre se aproximar do público, por meio de entrevistas,

⁵ As alunas Camila Calixto (7º período) e Patrícia Meireles (5º período) são as autoras das páginas utilizadas como exemplo

fotos e espaço para a opinião dos espectadores, o jornal serve como *link* entre equipe e público.

3 JUSTIFICATIVA

Na intenção de agregar cultura de forma gratuita à vida do cidadão comum de Viçosa, procurou-se utilizar uma linguagem simples e direta em todas as produções jornalísticas. Ainda discorrendo sobre a diferença entre crítica e resenha, Melo cita o autor Afrânio Coutinho que relaciona as duas categorias, suas linguagens e o público alvo ao qual são destinadas: “a crítica (gênero literário) destina-se a ‘scholars’⁶; a resenha (gênero jornalístico) dirige-se ao ‘consumo popular’” (COUTINHO, apud MELO, 2003 p 132), donde se conclui a importância da linguagem e o gênero utilizados na elaboração das colunas.

Ainda sobre a importância da avaliação das características do público ao qual se destina a peça, o autor Dirceu Fernandes Lopes em seu livro “Jornal Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor” afirma: “É fundamental que os veículos ouçam as comunidades às quais se dirigem para fixar suas diretrizes editoriais, ou seja, levar em consideração a participação dos receptores.” (LOPES, 1989, p 167). Desta forma, procurou-se colocar nas colunas do jornal temas que fizessem o leitor ter vontade ler o jornal, de forma que o mesmo se visse nas páginas impressas e se identificasse com os temas discutidos de alguma forma.

Na sessão do mês de outubro de 2012, no qual foi distribuída a edição de nº 06 do jornal, procurou-se fazer uma contextualização com o dia das crianças (comemorado no dia 12 do mesmo mês) e exibiu-se o filme “O Mágico de Oz” (Fleming, 1939), com a temática infantil. Em sua resenha, a aluna Camila Calixto ofereceu ao leitor, de forma clara, linguagem simples e conteúdo atrativo, a sua opinião acerca do filme exibido.

Com intenção de agregar valor à sessão e informar ao leitor das outras mídias que fazem parte do projeto (como blog e redes sociais), o jornal traz em sua capa a cobertura da sessão anterior, servindo como forma de interatividade. Levando em consideração a intenção inicial do *Projeto CineCom* de ser uma extensão da sala de aula na vida da cidade de Viçosa, procura-se em todos os trabalhos realizados neste contexto, colocar um lado humano e que corresponda com as expectativas dos leitores. Ligado ao lado “humanizado” do projeto está também o patrocinador que é uma cooperativa de crédito (sem fins lucrativos).

⁶ Em tradução literal: “estudiosos”.



Figura 1 Captura da edição analisada: destaca-se o boxe com referência à trilha sonora.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A equipe do CineCom é composta por 18 pessoas. Para facilitar o cumprimento de todas as tarefas necessárias para uma boa sessão, dividiu-se os integrantes em equipes: Equipe vídeo: responsável pelos vts e quaisquer outras produções audiovisuais; Equipe impresso: responsável pelo jornal e produção gráfica de cartazes e mosquitinhos; Equipe de assessoria de imprensa que coordena a divulgação do projeto; Equipe de Curadoria que seleciona e armazena os filmes exibidos; Equipe de produção que organiza o evento, responsável pela parte burocrática do projeto; Equipe de Web que é responsável pelas redes sociais e blog.

A equipe do impresso, composta por três bolsistas e três voluntários se organiza através de um cronograma previamente decidido nas reuniões semanais. Junto com o cronograma são decididas as pautas que cada repórter terá que executar. As pautas são sempre escolhidas fazendo referência ao tema do filme exibido de forma a agregar

informações interessantes à sessão. Com o novo *design* do *Jornal CineCom*, foram fixadas colunas. A de cobertura, que traz ao espectador o que aconteceu na sessão anterior é dividida em duas partes, a cobertura do evento enquanto exibição do filme e a dos eventos ocorridos no dia das sessões: apresentações de música, peças teatrais, exposições de arte, sempre se relacionando ao tema ao tema filme exibido. Os redatores têm cerca de uma semana para produzirem suas matérias. Após produção e apuração, uma semana para escrever a matéria e fazer fotos. Entregues, as matérias são editadas, revisadas e no prazo de cerca de quatro dias enviadas para o diagramador para que ele possa encaixá-las no projeto gráfico já feito. Diagramado, o jornal é mais uma vez revisado pela equipe. Assim, finalizado, é enviado para a gráfica (previamente cotada, e selecionada pela relação qualidade/preço). A parte final é a entrega do mesmo na sessão para todos os espectadores e, posteriormente fica disponível no laboratório do curso.



Figura 2 Captura da página da segunda versão do *Jornal do CineCom*

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

As duas versões do *Jornal CineCom* apresentadas neste *paper* possuem características gráficas diferentes. Como dito anteriormente, ao longo do primeiro ano de projeto procurou-se encontrar o formato ideal que agradasse ao público-alvo de forma a instigar a vontade para a leitura. Desta forma, a edição da sessão "O Mágico de Oz", nº 06,

ano 01 (mês de outubro), foi feita em papel A3, dobra paralela, P&B, frente e verso. (o que gera um formato A4 para cada folha do jornal fechado). Enquanto o formato da segunda versão (colocada em prática no ano de 2013⁷) segue as seguintes especificações: duas folhas A4, dobradas horizontalmente em diferentes lugares, P&B, frente e verso (gerando um formato meio A4 para cada folha do jornal fechado).

As edições são formadas por textos (não muito longos) e imagens ligadas aos mesmos. A cada edição procura-se acrescentar detalhes gráficos que estejam relacionados ao tema da sessão e/ou ao filme exibido em si.



Figura 3 Personagem principal do filme "O Mágico de Oz" em exemplar do jornal

6 CONSIDERAÇÕES

O *CineCom*, enquanto projeto de extensão, tem como objetivo facilitar o diálogo entre a população e os estudantes participantes. Com o *Jornal CineCom*, a equipe alcança o objetivo de levar cultura aos espectadores. A intenção maior presente em todas as matérias feitas é sempre enriquecer, de alguma forma, a vida daquele cidadão que compartilha algumas horas de sua vida conosco, ao assistir o filme exibido. Colocamos nossa profissão

⁷ Durante o ano de 2012 a Universidade Federal de Viçosa passou por uma greve que durou 4 meses. Por este motivo, o semestre letivo "2012-02" encerrou-se em abril de 2013. Sendo assim, a edição n°02, ano 02 é apta como objeto de estudo deste *paper*.

em prática de diversas formas ao longo do planejamento de uma sessão, mas dentre todas, podermos entregar o jornal nas mãos das pessoas e observar o sorriso delas ao lerem o que foi escrito é a forma que mais traz força e coragem para continuar a caminhada de levar a verdade e até as pessoas mais distantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALIXTO, Camila. Seguindo a estrada de tijolos amarelos. *Jornal do CineCom*. Viçosa, 21 de outubro de 2012. Página 3.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal- laboratório**: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor. 2ª Edição. São Paulo: Summus, 1989.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinitivo**: Gêneros Opinitivos no Jornalismo Brasileiro. 3ª Edição. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MEIRELES, Patrícia. A dança e a harmonia dos que frequentam Chega de Saudade. *Jornal do CineCom*. Viçosa, 24 de março de 2013. Página 4.