



Universidade Federal de Minas Gerais

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - Fafich

Especialização em Comunicação: Imagens e Culturas Midiáticas

***Layout em pauta: um passeio pelas capas do EM Cultura do Estado de
Minas***

Ana Paula Rachid Barbosa

Belo Horizonte

2011

***Layout em pauta: um passeio pelas capas do EM Cultura do Estado de
Minas***

Trabalho final, no formato monografia, orientado pelo professor Paulo Bernardo Vaz, apresentado ao curso de Especialização Imagens e Culturas Midiáticas da Universidade Federal de Minas Gerais para a obtenção de conclusão do curso.

Belo Horizonte

2011

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	04
2 JUSTIFICATIVA / REFERENCIAL TEÓRICO.....	06
3 DESENVOLVIMENTO.....	10
3.1 Análise das capas.....	11
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	17
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18

EMI CULTURA

Dança da vida

Ano Botafogo completa 35 anos de carreira com o coreógrafo **Marguarite e Armand**. Primeira bailarina do Teatro Municipal do Rio, ele se dedica a incentivar os jovens



Público fiel

Sexta-feira, 30 de Setembro 2011

EMI CULTURA

Artistas e bandas antecipam em sites canções que estarão em seus discos e ainda revelam bastidores das gravações. Estratégia ajuda a promover trabalho e a estreitar relação com fãs

TÃO LONGE, TÃO PERTO

Artistas usam a internet para estreitar relação com fãs e antecipar lançamentos




Sábado, 8 de Outubro 2011

EMI CULTURA

Artistas usam a internet para estreitar relação com fãs e antecipar lançamentos

Da sala ao sebo

Profissão deletada



RS1
RS2.5 mil
70 mil
243

Domingo, 16 de Outubro 2011

EMI CULTURA

SOU UMA ILHA COM PONTES PARA TODOS LADOS

Contador de histórias

LENINE processa sons cotidianos para fazer música de qualidade e de uma forma totalmente nova para ele



Segunda-feira, 24 de Outubro 2011

EMI CULTURA

RIGOR E CRIAÇÃO

Companhia Riser, dirigida por Amélia Tereza De Riser em colar, apresenta duas montagens em Belo Horizonte. Trabalho da coreógrafa belga influencia grupos mineiros de dança



Terça-feira, 1º de novembro 2011

EMI CULTURA

ENTRE NA HISTÓRIA



Quarta-feira, 9 de novembro 2011



Quinta-feira, 17 de Novembro

2 JUSTIFICATIVA / REFERENCIAL TEÓRICO

O fato de o Estado de Minas ser um jornal de grande circulação em Minas Gerais e um dos mais importantes do País, foi o que levou à escolha desse como objeto. Já a escolha da Editoria de Cultura, diz respeito à proximidade que a autora tem com o assunto, uma vez que trabalha diretamente com os temas música, teatro, dança e artes visuais, na assessoria de imprensa da Fundação Clóvis Salgado – Palácio das Artes. A opção pelas capas foi um recorte pensado levando em consideração a importância da capa nos cadernos. É a capa que vai atrair ou não o leitor, exercendo o papel da “fachada”, ou seja, a porta de entrada que dará pistas do que o leitor poderá encontrar no interior do caderno. Neste artigo não serão analisadas as matérias das capas selecionadas, e sim o *layout* (texto relacionado à imagem), enfocando em elementos tipográficos, iconográficos e gráficos. Ainda que as matérias sejam um aspecto importante do caderno, acredita-se que a análise das capas é suficiente para a construção de um debate neste artigo, ainda que se passe rapidamente por algum elemento presente no texto das matérias.

Antes de se entrar na conceituação do termo Jornalismo Cultural, será feito um breve histórico sobre o tema. Em 1711, dois ensaístas ingleses Richard Steele (1672 – 1729) e Joseph Addison (1672 – 1719), fundaram uma revista diária intitulada *The Spectator*. A decisão de criar a revista veio seguida de um argumento: “Tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés” (PIZA, 2003, p.11). A revista não limitava assuntos, falava sobre livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, novos hábitos encontrados em uma casa de café, roupas da moda

ou “podia citar Xenofonte para satirizar a falta de modéstia dos ingleses e Dom Quixote para atacar a mania de ridicularizar o outro por meio de risadas” (Piza, 2003, p.12). Nesse sentido, a revista *The Spectator* e por sua vez, o Jornalismo Cultural, nasceram, na cidade e a partir dos acontecimentos da cidade. De acordo com Piza (2003), a ideia da revista era a de que o conhecimento poderia ser divertido, “não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam” (Piza, 2003, p.12). Sobre o nascimento do Jornalismo Cultural, Piza (2003) explicita:

Dizendo ainda de outra forma, o Jornalismo Cultural, dedicado à avaliação de ideias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento, quando as máquinas começaram a transformar a economia, a imprensa já tinha sido inventada (por Gutenberg em 1450) e o Humanismo se propagara da Itália para toda a Europa, influenciando o teatro de Shakespeare na Inglaterra e a filosofia de Montaigne na França. Os *Ensaaios* de Montaigne, com sua capacidade de mesclar o mundano e o erudito, são a matriz evidente das conversações de Addison e Steele. Filho do ensaísmo humanista, o Jornalismo Cultural inglês também ajudou a dar luz ao movimento iluminista que marcaria o século XVIII. (PIZA, 2003, p.13).

No Brasil, o Jornalismo Cultural seria reconhecido no final do século XIX e como resultado dele, surgiria o maior escritor nacional, Machado de Assis (1839 – 1908), que iniciou sua carreira como crítico de teatro e polemista literário. Outros escritores brasileiros da época dedicaram-se à prática do Jornalismo Cultural, como José Veríssimo (1857 – 1916), Sílvio Romero e Araripe Jr.

Feita a contextualização acerca do surgimento do Jornalismo Cultural, passa-se à sua explicação enquanto conceito, que segundo o jornalista e pesquisador argentino Jorge Rivera, “não é uniforme e nem de fácil compreensão, pelo contrário, é demasiadamente extenso e heterogêneo” (Rivera, 2003, apud BASSO, 2006, p.1). Elaine Corti Basso (2006) explica essa dificuldade de se chegar a um conceito único de Jornalismo Cultural:

Os conceitos sobre o Jornalismo Cultural ainda hoje se misturam e dificultam a sua análise por vários motivos: em primeiro lugar, porque o termo refere-se aos sentidos lato e stricto da produção jornalística e cultural; em segundo, pela confusão que se faz ao considerar apenas como Jornalismo Cultural a veiculação da cultura erudita, letrada ou simplesmente chamada de ilustrada; em terceiro, pela postura do Jornalismo Cultural, de ser considerado como um espaço público da produção intelectual, cabendo uma reflexão de que nem jornalismo é, ora sendo entendido como produção, ora como a própria criação. (BASSO, 2006, p.1).

Segundo Basso (2006), o Jornalismo Cultural tem sido compreendido como uma especialização que emergiu das necessidades da imprensa em atender às demandas de um público segmentado e de falar sobre temas com maior profundidade, da forma como ocorre nas demais editoriais. Mas, ainda de acordo com a autora, o recorte do JC “vai muito além, ou

pode ir, da divulgação dos produtos da chamada sete artes, como muitos costumam tratar, ou então da veiculação do entretenimento” (BASSO, 2006, p.2). Sobre essa última questão, João Paulo Cunha, editor do caderno *EM Cultura* do Estado de Minas (SJC, 1998, apud CUNHA, FERREIRA e MAGALHÃES, 2002, p.4), acredita que uma das relações conflituosas do “caderno cultural reside justamente neste contraponto entre cultura e entretenimento, balizados pela relação e pela postura da equipe em ser mais condescendente ou crítica com relação àquilo que é dado pela miríade de produções e interesses da indústria cultural”.

Neste artigo, procura-se entender Jornalismo Cultural de acordo com o conceito encontrado no livro *El periodismo cultural*, de Jorde Rivera, que define JC como:

[...] uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgatórios os terrenos das ‘belas artes’, as ‘belas letras’, as correntes do pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar sua origem ou destinação (RIVERA, 2003, p.19, apud BASSO, 2006, p.2).

Segundo Cunha (SJC, 1998, apud CUNHA, FERREIRA e MAGALHÃES, 2002, p.17), o jornalismo tem como premissa ampliar o conceito e as manifestações de cidadania onde o veículo atua, o que significa privilegiar o aspecto local sem detrimento do global. “As coberturas ficam muitas vezes divididas entre a notícia ‘dura’ (que tende mais à informação) e a notícia ‘pensada’ (que tende mais à formação)”, comenta o editor. Nesse sentido, ainda de acordo com Cunha, o Jornalismo Cultural deve “refletir o mesmo junto à cultura, ampliando a ‘cidadania cultural’, atendendo justamente ao binômio de formar e informar” (SJC, 1998, apud CUNHA, FERREIRA e MAGALHÃES, 2002, p.17).

Ainda no que diz respeito à cobertura cultural, Cunha defende a ideia de não se pautar apenas pelos agentes produtores da cultura, como músicos, cineastas e escritores, mas a de considerar também os agentes receptores:

Temos que trabalhar o olhar de quem recebe a cultura. Não podemos nunca pensar que existe essa concentração tão dada, tão unificada do ponto de vista da produção. (...) Temos que pensar que elemento da cultura estamos trabalhando no pólo da recepção, de que maneira as pessoas estão decodificando os seus sinais, se eles estão cada vez mais ampliados ou permeáveis com uma série de influências extraculturais, sendo a mais importante delas, seguramente, a do mercado. Não podemos ficar reféns de todas as expectativas colocadas pela indústria cultural, mas também não podemos fechar os olhos a elas. (SJC, 1998, apud CUNHA, FERREIRA e MAGALHÃES, 2002, p.17).

Partindo do pressuposto de que a função do jornalismo é a de editar, hierarquizar, comentar, analisar, identificar questões relevantes para a sociedade, e, além disso, garantir que

os leitores sirvam-se de argumentos para o sustento de suas opiniões, Piza (2003), acredita 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, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe”, o que vai ao encontro do pensamento de editor do *EM Cultura*, que considera importante os interesses do receptor.

De acordo com Allen Hurlburt (2002), “não há palavra melhor do que *layout* para sintetizar a ideia, a forma, o arranjo ou composição de uma página impressa. O *layout* é um processo que a maioria dos artistas gráficos tendem a considerar como absoluto, resultado de uma ação intuitiva”, que talvez fosse passível de dispensar uma análise ou avaliação. No entanto, ainda segundo Hurlburt (2002), “há evidências quase diárias de que este é um processo que precisa ser melhor compreendido pelos profissionais”. Isso porque os elementos que constituem o *layout* são pensados pelo diagramador com o objetivo de atrair os leitores, no entanto, esse resultado nem sempre é alcançado. É preciso considerar a forma como o jornal irá circular, em que local estará localizada a dobra da página, para que, por exemplo, uma foto e/ou título fundamentais para a compreensão de uma capa não seja cortada, o que ao invés de funcionar como um atrativo, poderia provocar um afastamento do leitor. Ou seja, o *layout* precisa ser pensando não apenas esteticamente, mas também considerando a maneira como acontecerá a circulação do jornal.

O *layout* de uma capa de jornal impresso é essencial para sua compreensão e, certamente, cada escolha tem um objetivo. Sobre essa questão, José Ferreira Junior (2003), em seu livro “Capas de Jornal – A primeira imagem e o espaço gráfico visual”, cita André Villas-Boas que ressalta a importância do *layout* nos veículos impressos e a relevância das escolhas realizadas:

Seja em jornalismo ou em publicidade – as duas habilitações profissionais mais tradicionais da comunicação social –, o design gráfico se insere pelo fato de que a apresentação visual tem papel essencial (e cada vez mais preponderante) em qualquer meio impresso que tenha como função primordial a comunicação. Aqui, cabe a velha máxima de que qualquer elemento de uma página significa alguma coisa – até mesmo o não-elemento, representado pelo espaço em branco. (VILLAS-BOAS, 1998, apud FERREIRA JUNIOR, 2003, p.60).

De acordo com Ana Gruszynski (2010), “o *layout* de um jornal segue critérios de edição jornalística, que organiza as informações a serem transmitidas, dando-lhes uma hierarquia, determinando de que forma essas serão transmitidas”, seja por meio de textos

(quais tipos de textos), fotos, ilustrações, infográficos etc. e pensando sempre na forma como esses elementos vão se relacionar.

O *layout* de um jornal funciona como a identidade do veículo, é comum identificarmos um jornal à distância, apenas visualizando a forma como os elementos estão dispostos, característicos de um determinado veículo. Sobre essa questão, Gruszynski (2010), comenta a importância da capa para a identidade do jornal e a relevância de todo o conjunto:

A personalidade gráfica de um jornal implica em uma continuidade de seu estilo, que se manifesta, em um primeiro momento, através de sua capa. Ela irá permitir ao leitor identificar de modo imediato a publicação. No conjunto, o projeto gráfico define o formato, a mancha, as colunas e os espaçamentos, a tipografia, as cores e os elementos iconográficos que consolidam um conceito de publicação. Sobre essa base constituem-se diferentes apropriações do diagrama, assegurando uma variabilidade de *layouts* a partir de um esquema comum. (GRUSZYNSKI, 2010, p. 13).

Nesse sentido, mais do que pensar o *layout* apenas como um processo criativo, livre e que dispensa análise, é preciso considerar a função exercida por ele. Ressalta-se aqui, a importância do *layout* da capa de uma editoria, que é o objeto de estudo deste artigo. Ou seja, as escolhas realizadas pelo diagramador para uma capa são fundamentais para a decisão do leitor de se fidelizar ou não a um determinado jornal.

No tópico a seguir, passa-se às análises do *layout* das capas do caderno *EM Cultura*, tomando como premissa o que Piza (2003) elucida sobre a intenção do editor ou diagramador. Para o autor, “toda publicação tem um recorte a propor para seu leitor – não só um recorte da agenda de eventos culturais, mas também de um conjunto de olhares sobre as tendências do momento em relação ao passado, seus ganhos e perdas” (PIZA, 2003, p.49). Ou seja, esse recorte é realizado com base em escolhas feitas pelo editor ou diagramador que irão dar o sentido idealizado a uma capa, por exemplo, e é nesse momento em que relação entre texto e a imagem (*layout*) torna-se um importante objeto de estudo e será esse o estudo realizado a seguir.

3 DESENVOLVIMENTO

A observação das capas selecionadas no caderno *EM Cultura* do Jornal Estado de Minas será feita tomando-se como referência o *layout* (texto relacionado à imagem) das capas, como dito anteriormente, focando nos três elementos que o compõem: tipográficos, iconográficos e gráficos.

3.1 Análise das capas

A análise será iniciada por ordem cronológica das capas selecionadas, iniciando-se pelo dia 30 de setembro, uma sexta-feira.



Nesta primeira os dois elementos que mais se destacam são os iconográficos (fotografia única) e os tipográficos (títulos). No que diz respeito à imagem, o *EM Cultura* utilizou uma foto na parte central da página, que retrata um *pas de deux* (coreografia executada por um bailarino e uma bailarina no ballet clássico). A foto parece tomar conta de toda a página, uma vez que o azul do palco acaba por se confundir com o preto da página, na medida em que o azul vai sendo atenuado até se encontrar com o preto da capa. Nesse jogo entre claro e escuro, há também a intenção de demonstrar uma certa dramatização existente no ballet clássico, basta verificar também a fisionomia dos bailarinos na foto. O objetivo foi trabalhar a todo momento com a ideia de pares, não apenas no que se refere à foto, quando essa retrata um *pas de deux*. Isso pode ser percebido também quando optou-se pela utilização de duas cores (amarelo e branco) tanto no título da matéria quanto no da retranca e quando decidiu-se pelo branco no bigode e pelo amarelo na legenda da foto. Além disso, podemos perceber que o jornal pretende fazer uma associação entre palco e plateia na medida em que localiza a foto um pouco mais acima do título da retranca “público fiel”, nos transmitindo então a sensação de que o público está abaixo, na plateia, assistindo ao espetáculo.

Passando para uma análise tipográfica, a opção nos dois títulos foi por uma fonte serifada, em itálico, transmitindo uma ideia de movimento, já que a matéria trata de assuntos referentes à dança, promovendo-se uma movimentação em toda a capa daquela edição.

Esta segunda capa, de sábado, 8 de outubro, reproduzida abaixo, trabalha com a noção de equilíbrio de informações sobre os dois cantores (Marisa Monte e Chico Buarque). Isso pode ser percebido em diversos aspectos, como por exemplo no tamanho das fotos. As duas fotografias têm o mesmo formato e essa escolha não é aleatória. A ideia é justamente não dar destaque a um ou a outro, por isso ambas as fotos ocupam o mesmo lado da página e no mesmo tamanho. Quanto às cores das fotos, é interessante notar que não se optou por cores fortes, já que a pauta é fria e não necessitava desse recurso, que às vezes é utilizado para



chamar mais atenção do leitor. No caso da foto de Marisa Monte, o fundo da foto dialoga com a cor da sua pele, em um tom *nude*, bastante pastel. Ainda sobre a foto da cantora, percebemos que sua fisionomia, mais especificamente o seu olhar, transmitem uma ideia de desejo, como se estivesse desejando o cantor Chico Buarque, assim como acontece com as fãs dele. Já na foto de Chico Buarque, o diálogo acontece entre a sua blusa marrom e o fundo da foto, também em tom marrom, porém mais claro. Além disso, as legendas da foto possuem o mesmo tamanho, isso para dizer ao leitor que o jornal dedicou o mesmo espaço para falar sobre ambos os cantores. O leitor que ainda não leu as duas linhas da

legenda, apenas ao visualizar a capa já tem a percepção de uma igualdade em função do tamanho. Outro aspecto que diz deste não favorecimento a um ou a outro artista, está nas aspas, uma dedicada ao Christian Rôças, diretor da Grudaemmi (agência responsável pelo conteúdo digital do site de Marisa Monte) e outra ao Bruno Natal, responsável pelo site de Chico Buarque. Além de dar voz aos representantes dos sites dos dois artistas, é interessante perceber que até mesmo o tamanho das aspas é igual, mais um aspecto que afirma que o Jornal pretendeu transmitir a ideia de imparcialidade e igualdade.



Ainda que aqui nesta análise não se esteja focando no texto da matéria, ela é importante para entender as escolhas realizadas pelo diagramador ou editor, por isso em algum momento, pode-se fazer uma breve referencia ao texto. Neste caso, a pauta desta terceira capa, de domingo, 16 de outubro, é sobre a queda das vendas das enciclopédias dos sebos, em função da facilidade de informações encontradas na internet, e como as pessoas têm adquirido enciclopédias com a função de objeto de decoração. Nesse sentido, pode-se perceber o aspecto tipográfico no título, em que “Da sala” é apresentado com um traço mais fino, o que

transmite a ideia de uma certa fineza, elegância, remetendo-se ao fato de que as enciclopédias, atualmente, têm ocupado esse espaço de decoração e ostentação nas salas das pessoas. Já “ao sebo”, apresentado com um traço mais grosso e em negrito, demonstra o aspecto menos elegante de um sebo, que muitas vezes, é visto como um lugar escuro, desarrumado e

sombrio. Outra representação que percebemos nessa relação entre “Da sala” com um traço mais fino e “ao sebo” com uma fonte negritada, é a de que as enciclopédias nas salas como objeto de pesquisa vem perdendo peso e espaço para o sebo, ou seja, cada vez mais as enciclopédias ficam aglomeradas nos sebos, perdendo sua utilidade inicial, que é a de servir como fonte de pesquisas. No entanto, a foto localizada no centro da página, parece tentar desmistificar a ideia do sebo como esse lugar escuro e desarrumado, já que se optou por mostrar as enciclopédias mais coloridas e dispostas, aparentemente, de forma organizada. Pode ser uma tentativa do Jornal de estimular a busca de informações nas enciclopédias, já que na matéria há menção ao fato de que a internet é, muitas vezes, o lugar do “copia e cola”.



Nesta quarta capa, de segunda-feira, 24 de outubro, os elementos tipográficos e iconográficos estão dialogando a todo momento, a começar pelas cores predominantes, o laranja e o preto. Outra questão interessante é a fisionomia do cantor Lenine, que aparece como se estivesse contando uma história ao leitor, completando a relação entre título (“Contador de histórias”) e a foto. Já a forma como a palavra “histórias” foi escrita faz referência ao tema que Lenine queria trabalhar em seu CD, intitulado “Chão”. O tema proposto é a sustentação, em vários setores da vida, nesse sentido o motivo pelo qual a palavra “histórias” aparece em uma fonte *bold* em corpo exageradamente grande, transmitindo então, a ideia de algo bastante forte, que sustenta. Nesse caso, ainda que a proposta não seja analisar o texto da matéria, é possível estabelecer uma relação desse com a palavra “histórias”: o conteúdo do CD é, na maioria, retirado de histórias e acontecimentos do cotidiano, e é isso que o sustenta como um álbum diferente e singular. Assim aplica-se, novamente, a justificativa de linhas mais grossas e o negrito da palavra, que é aquilo que vai ser destacado e que, ao olhar do cantor, será o diferencial do CD e que, portanto, mereceu um destaque no título.

A primeira relação que pode ser observada nesta quinta capa, de terça-feira, 1º de novembro, reproduzida abaixo, é a do elemento iconográfico (foto) com o tipográfico (título). O negrito e a caixa alta da palavra “RIGOR” em fonte não serifada, dá um ar de seriedade que vai ao encontro da fisionomia rude e exigente da diretora da *Companhia Rosas* – Anne Teresa De Keersmaecker - confirmando a fama de pessoa severa que ela tem, explicitada na matéria.



Neste caso, é importante ressaltarmos a importância do *layout* de uma página, como ele pode ser fundamental para atrair ou afastar um leitor. Aqui percebemos que a foto principal não foi bem posicionada, pois temos a impressão de que a foto menor no topo da página à direita parece sair do cérebro de Anne Teresa De Keersmaeker – personagem principal da matéria. Ou seja, a localização da foto proporciona um afastamento por parte do leitor, na medida em que a capa não ficou visualmente chamativa e que permitiu essa primeira interpretação. Uma tarja preta, como percebemos na parte inferior da foto, solucionaria essa questão e iria desfazer a

ideia que temos da forma como a capa foi diagramada. Percebemos como pequenas alterações são importantes para alterar o sentido, prova de que cada elemento, por menor que seja, é essencial para a composição de uma página.

Além disso, a escolha pelo preto não foi aleatória, já que, por muitas vezes, é considerada uma cor que carrega essa ideia de seriedade. A maneira como a palavra “CRIAÇÃO” foi escrita, está relacionada com uma parte da legenda da foto que diz que Anne Teresa De Keersmaeker possui uma “sensibilidade musical”. Ou seja, uma vez que a criação está atrelada também à sensibilidade, a algo que acontece, em muitas vezes, sem que exista uma pressão, que simplesmente emerge do pensamento e das vivências da cada pessoa, a escolha foi por uma fonte não negritada e que transmitisse a ideia de fluidez. Já os espaços entre cada letra da palavra “CRIAÇÃO”, parece remeter ao fato de que para que exista criação, uma questão subjetiva, é preciso um certo tempo, que não é algo dado de imediato.

Esta capa traz uma matéria sobre a Companhia belga *Rosas*, que apresentou duas montagens em Belo Horizonte. Em princípio, poderia-se questionar a relevância de esta matéria ocupar a capa do caderno de cultura, sobre essa questão Piza (2003, p.59) ressalta que “numa seção diária ou semanal da grande imprensa, daquela que chega ao público com bom grau de instrução, afugentar as notícias de eventos culturais no exterior ou produtos importados é atentar contra si mesma”. No caso dessa matéria, somente o fato de *Rosas* já ter influenciado Companhias brasileiras como o Grupo de Dança 1º Ato, de Belo Horizonte, e por se admirada por personalidades brasileiras como o coreógrafo Mário Nascimento, o coreógrafo paulista radicado na capital mineira, Rui Moreira, a diretora do Grupo de Dança 1º Ato, Suely Machado, e a dançarina e coreógrafa mineira Thembi Rosa (todos citados na matéria), já são relevantes motivos que permitem a compreensão do porquê a Capa do *EM*

Cultura. Como já elucidava Piza (2003), “(...) não se pode, especialmente num país onde a cultura (nacional e internacional) ainda é tão pouco valorizada, virar as costas para as muitas obras de qualidades que são feitas em tantas partes”.



Esta sexta capa, da quarta-feira, dia 09 de novembro, desmistifica a ideia de que o *EM Cultura* trabalha a todo momento apenas com a relação entre título e foto tradicional no formato boneco ou então que prioriza fotos grandes centrais. Aqui, enfim, nos faz rever qualquer generalização referente à postura do Caderno em relação ao *layout* da capa da Editoria de Cultura. Neste caso, há a junção entre elementos tipográficos e elementos gráficos durante toda a capa. O Jornal produziu uma capa em formato de histórias em quadrinhos para divulgar o início do festival Internacional de Quadrinhos. Essa é uma estratégia

encontrada para atrair o leitor, que, no mínimo, por curiosidade, poderá se interessar pela página. É a tentativa de fisgar aquele leitor menos interessado pelo tema cultura. Aqui, elemento tipográfico (as falas dos quadrinhos) dialoga o tempo todo com os desenhos de cada quadrinho.

Essa capa é o exemplo claro do que significa o caderno de Cultura: “A natureza dos assuntos tratados por essa seção, do cinema à moda, da literatura à música, é obviamente convidativa” (Piza 2003, p.64). Aí está a diferença dessa editoria em relação às demais, segundo Piza (2003), não se fala dos escândalos políticos, da criminalidade que assombra a sociedade, ao menos não de forma direta, fala-se geralmente sobre programas interessantes, bons restaurantes, filmes em cartaz e estimulam a leitura de um livro. “Para uma publicação, é certamente um espaço de sedução do leitor que conta com uma simpatia prévia, até pelo contraste com as outras seções” (Piza 2003, p.64). Foi o que essa capa pretendeu fazer, produzir uma interatividade, que deslocasse o leitor para o universo das histórias em quadrinhos, de modo a atrair um número maior de leitores. Além da estratégia de utilização dos quadrinhos, é importante ressaltar o quão colorida é a capa, o que também não pode ser desconsiderado como um atrativo da página.

Essa ruptura com o modelo tradicional de capa, que em alguns momentos é pouco atraente aos olhos de determinados leitores, nos faz identificar então que o *EM Cultura*, soube

aproveitar um evento que aconteceu em Belo Horizonte, o Festival Internacional de Quadrinhos, para sair do lugar comum, ousar e tentar garimpar um número maior de leitores.



Nesta sétima e última capa analisada, de 17 de novembro, quinta-feira, o título é, certamente, o elemento que mais nos chama a atenção. Em um primeiro momento, tanto a fonte negritada quanto a cor preta da manchete transmitem a ideia de algo forte, demandando uma atenção maior do leitor. Em segundo lugar pela posição do título que ocupa toda a extensão horizontal da capa, e por fim, pelo seu conteúdo, que nos remete a uma ideia de militância, assunto esse que não ocuparia uma capa de um caderno de cultura. No entanto, este título

corroborar a ideia de que o Jornal se utiliza de estratégias para capturar leitores de outros cadernos, isso porque, o leitor que não se interessa pela Editoria de Cultura, poderia ter sido fisgado pela matéria apenas ao ler esta palavra-de-ordem: “A luta continua”, já que esse título não seria comum em capas do caderno de cultura. Essa é uma tentativa de convidar outros tipos de leitores, que ainda que não se dedicassem a ler toda a matéria, ao menos teriam tido um contato inicial com a editoria, podendo ter iniciado talvez um gosto pelo caderno.

A pauta desta matéria é sobre a tentativa de jovens artistas de Belo Horizonte de buscar novas formas de atuação e que apoiam causas sociais. Observa-se que as três fotos escolhidas para compor a matéria trazem, além dos jovens artistas, pessoas ao redor beneficiadas pelas oportunidades artísticas proporcionadas por eles, demonstrando então, a coerência do Jornal ao unir o assunto do texto às imagens.

Ressalta-se, portanto, a importância de relacionar esta capa e o seu conteúdo, ao conceito de Jornalismo Cultural abordado neste artigo e a uma fala do editor do Caderno *EM Cultura*, João Paulo Cunha. Segundo Rivera (2003) o Jornalismo Cultural tem por função abordar assuntos referentes a “chamada cultura popular” e outras questões que perpassam a produção, circulação e consumo de “bens simbólicos”, em que sua origem não importa. Na pauta desta última capa analisada, percebe-se o conceito de Rivera (2003), na medida em que o foco é a arte engajada e a ocupação dos espaços públicos para a realização da arte, retratando então um aspecto do conceito, a “chamada cultura popular”. Como já foi dito anteriormente, no Referencial Teórico, João Paulo Cunha (SJC, 1998 apud CUNHA, FERREIRA e MAGALHÃES, 2002, p.17), entende que uma das premissas do caderno *EM Cultura*, é o de “ampliar o conceito e as manifestações de cidadania onde o veículo atua, o

que significa privilegiar o aspecto local sem detrimento do global”. O editor compreende que o Jornalismo Cultural precisa ampliar a ‘cidadania cultural’. Ou seja, esta capa é uma confirmação do que o Jornal entende como Jornalismo Cultural, pois a escolha foi por destacar um fato local (ocupação dos espaços públicos de Belo Horizonte para a realização das manifestações das artes) e em um segundo momento, a tentativa de ampliar a ‘cidadania cultural’, na medida em que matérias como essas podem chegar às mãos de leitores que não tinham conhecimento sobre as manifestações e que, a partir da leitura, podem então iniciar sua inserção no meio cultural, através de sua participação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise de todas as sete capas, foi possível identificar alguns aspectos encontrados em quase todas elas, como por exemplo, a ausência de verbos na maioria dos títulos. Essa é uma tentativa de diferenciação dos títulos das matérias dos cadernos de cultura dos demais, como no jornalismo político ou econômico. Esse aspecto desloca então o Jornalismo Cultural do lugar do *hard news*, com títulos pesados e em alguns momentos sensacionalistas, situando-o, como elucidada Piza (2003), em um “espaço de sedução do leitor”.

Além disso, é importante ressaltar que nenhum elemento analisado, seja tipográfico, iconográfico ou gráfico estão na capa aleatoriamente. De alguma forma, o editor ou diagramador pensaram nas relações existentes entre esses elementos e como o diálogo entre eles iria resultar em uma capa mais bonita, chamativa, interativa ou de melhor compreensão. No entanto, além de considerar o lado estético do *layout* de uma capa, é necessário que os diagramadores e editores considerem a forma como essa capa irá circular no momento de produzirem o seu *layout*, isso porque ocasionalmente, a dobra do jornal pode comprometer a estética ou até mesmo a compreensão da matéria e da capa como um todo.

Atualmente existem críticas em relação ao modo como os jornais conduzem o Jornalismo Cultural, Piza (2003), acredita que os cadernos diários estão mais e mais superficiais, priorizando as celebridades, que são entrevistadas de forma que elas mesmas consideram banais; a restringir o que ele chama de “opinião fundamentada” (críticos são colocados em miniboxes nos cantos das páginas); a destacar o colunismo e a reservar maior espaço às “reportagens”, que em alguns momentos se confundem com a mera apresentação de um evento.

A crítica feita por Piza (2003) se sustenta na ideia de que é necessário olhar para o Jornalismo Cultural de forma particular, procurando respeitar o caráter específico que ele

ocupa. Para o autor, é preciso que hajam “colunistas com recursos literários, que saibam traduzir sensações e opiniões diante de tantas faces da realidade, é preciso ter uma equipe com preparo intelectual, que faça com exigência e charme suas críticas, entrevistas e reportagens”. Ainda segundo Piza (2003), é necessário permitir que haja uma pluralidade e criatividade nesta seção que tenha ainda mais vigor do que nas outras. Esse artigo pretendeu identificar a forma encontrada pelo caderno *EM Cultura*, do jornal Estado de Minas, para tentar atrair os leitores, por meio dos *layouts* das capas da editoria de cultura, seja optando por estratégias menos ousadas ou então, utilizando-se dessa criatividade, retratada por Piza, tão importante e almejada, que pode ser decisiva para a fidelidade ou não de um leitor, uma vez que o deslocamento do senso comum, muitas vezes pode resultar em ganho para o Jornal e para os leitores.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCHIETA, Isabelle. **Jornalismo Cultural: Pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura.** Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/rumos2007/pdf_jornalismo/isabelle%20anchieta%20de%20melo.pdf>, acessado em 13.11.2011

BASSO, Eliane Corti. **Jornalismo Cultural – subsídios para uma reflexão**, 2006. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>, acessado em 14.11.2011.

CUNHA, Antunes Leonardo; FERREIRA Teixeira Antônio Nísio e MAGALHÃES, de Vieira Henrique Luiz: **Dilemas do jornalismo cultural brasileiro.** Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ferreira-magalhaes-dilemas-do-jornalismo.pdf>>, acessado em 19.11.2011.

FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual / José Ferreira Junior.** – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

GRUSZYNSKI, Ana. **Jornal Impresso: Produto Editorial Gráfico em Transformação**, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0125-1.pdf>>, acessado em 12.12.2011.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**; (tradução Edmilson O. Conceição, Flávio M. Martins). – São Paulo: Nobel, 2002.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural / Daniel Piza**. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Comunicação).

http://www.diariosassociados.com.br/home/veiculos.php?co_veiculo=29. Acessado em 17.11.11