



Revista Almanaque: Jornalismo Cultural em uma cidade industrial¹

Jocemar de Carvalho Zulian²
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo estudar o jornalismo cultural, sua importância e alcance. A análise foi construída com base em exemplares do impresso-revista *Almanaque*, suplemento encartado nos finais de semana no jornal Pioneiro. O referencial teórico buscou ensinamentos da indústria cultural, do jornalismo de revista, os diferentes gêneros e formatos jornalísticos, além de conceitos de trabalho e humanismo. Foram analisadas cinco reportagens de capa específicas e aqui serão exemplificadas duas. Por fim, inferências foram confrontadas com a realidade do município e características presentes em seus moradores.

Palavras-chave

Cultura; Indústria Cultural; Jornalismo Cultural; Revista; Trabalho.

INTRODUÇÃO

Diante das constantes mudanças do jornalismo, foi preciso subdividi-lo em algumas áreas específicas, a fim de formar profissionais capacitados para lidar com os mais diversos temas da notícia. Separar o *hard news* dos fatos da economia mundial, as conquistas esportivas da investigação criminal e o viés comunitário da cultura em geral foi o caminho encontrado para segmentar o jornalismo e fazer com que os leitores identifiquem-se nos mais diversos produtos.

No dicionário, a palavra cultura é apresentada como um conjunto de manifestações artísticas, sociais, linguísticas e comportamentais de um povo ou civilização. No entanto, compreende-se que este conceito é apenas um dos significados para a palavra, que abrange ainda a quantidade de conhecimentos que uma pessoa

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Aluno do décimo semestre do curso de Jornalismo da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: jc_zulian@hotmail.com



possui, o folclore enraizado em parte da sociedade, entre tantos outros. É buscando identificar todos esses significados, a importância de suas compreensões e o impacto que tem perante seu público-alvo que esse trabalho se desenvolverá.

O objetivo desta pesquisa será identificar como funciona a produção do impresso-revista Almanaque, encartado no jornal de maior circulação de Caxias do Sul e região. Com um alcance de 64 cidades em todo o Nordeste Gaúcho, o jornal Pioneiro traz a Almanaque nos finais de semana. Serão avaliados os pontos fortes deste impresso, sua abrangência, o impacto que causa nos leitores e a forma como são produzidas as reportagens, com temas diferenciados. Será que a revista valoriza a cultura local, por meio de seu impresso encartado de final de semana? A Almanaque tem mesmo “a cara” de Caxias do Sul? Pontos fortes de uma revista, as reportagens serão valorizadas, buscando-se verificar o quanto o público-alvo se faz presente nos textos, seja como *cases* ou pela identificação com os textos.

Na teoria, o caxiense reserva muito pouco do seu tempo – e também do seu dinheiro – para consumir cultura. Reclamações são recorrentes, pois muitos não enxergam o potencial da cidade em produzir e trazer cultura com conteúdo. Para se estudar a evolução de um veículo impresso que divulga eventos culturais e trabalha com assuntos ligados ao comportamento, serão usados conceitos como cultura, indústria cultural, revista, além de jornalismo cultural.

Com este trabalho, pretende-se concluir que Caxias do Sul possuiu uma única revista que traz em suas páginas características de jornalismo cultural. Este gênero, bastante segmentado e com forte expressão na região Sudeste do país e em outros lugares do mundo, ainda é tímido em nossa região.

2 CULTURA: CONCEITOS AMPLOS

É de fundamental importância se compreender alguns pontos no que diz respeito à cultura, pois ela está intrínseca a nossa existência. Seu conceito é muito abrangente e não deve ser entendido como estático, uma vez que a sociedade está em constante mudança. A raiz dos estudos que tentam explicar a cultura data do século passado e se estende até os dias de hoje. No entanto, essa compreensão em sua totalidade está longe de um final.

Segundo antigos pensadores, era preciso se estudar a cultura de um povo para compreender a sociedade como um todo. Para eles, o vocábulo cultura



[...] denotava de início um processo completamente material, que foi depois metaforicamente transferido para questões do espírito. A palavra, assim, mapeia em seu desdobramento semântico a mudança histórica da própria humanidade da existência rural para urbana, da criação de porcos a Picasso, do lavrar do solo à divisão do átomo (EAGLETON, 2005, p. 10)

No campo da antropologia, Luiz Gonzaga de Mello (2003) defende a cultura como uma manifestação popular do ambiente em que um indivíduo está inserido. Ele explicita:

Na realidade, a cultura em sentido largo é todo o conjunto de obras humanas. É a cultura que distingue o homem dos outros animais. Por mais perfeito que seja um ninho de passarinho, pouco representa como realização comparado com qualquer objeto feito pelo homem. A diferença está, a nosso ver, na inconsciência que domina a atividade animal e na consciência que está presente ao ato humano. (MELLO, 2003, p. 41)

Ainda de acordo com Mello, esta cultura é mutante. Pode-se dizer, então, que gerações são diferentes e que elas buscam coisas diferentes. A evolução será sempre constante e ininterrupta. Para tanto, é preciso que essas gerações modifiquem suas atuais realidades, a fim de buscar a novidade. Isso determina o desenvolvimento histórico do grupo social, com a circulação de novos sentidos e valores.

Ao se falar em cultura que atravessa épocas, por exemplo, é possível identificá-la como os meios de comunicação. E são os meios que disseminam, para o grande público, aquilo que é pensado para seu deleite: a arte dividida em música, teatro, literatura e outras formas.

Pode-se compreender ainda que cultura é aquilo produzido pelo homem e para o homem. Segundo Mello, “ninguém escreve um livro para si, ninguém aprende a falar para consigo. Apenas o homem vê sentido nessas coisas e só ele entende a cultura” (2003, p. 50). Desta forma, entendemos que tudo aquilo que é produzido culturalmente tem um objetivo específico: atingir o receptor a sua maneira. A resposta daquilo que é produzido pode ser imediata, através de reações, ou tardia, por meio da crítica.

2.1 INDÚSTRIA CULTURAL: FORMADORA DE OPINIÃO

Grande parte do jornalismo cultural produzido hoje é dependente da esfera global ou regional da indústria cultural. Para Muniz Sodré, esta é “uma organização



particular da transição da cultura burguesa elitista para uma cultura burguesa de massa” (2001, p. 22).

A indústria cultural trabalha sempre interligada aos meios de comunicação de massa, além de apropriar-se da cultura de uma massa para disseminar novos conteúdos. Sua raiz está na Revolução Industrial, no capitalismo liberal e na sociedade de consumo, processos formados no século XIX.

Os primeiros filósofos da Escola de Frankfurt cunharam essa expressão e disseminaram seus conceitos. Fundada em 1923, esse grupo de pensadores da comunicação visou acentuar o crescente desenrolar da comunicação de massa e fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade. (WOLF, 1999)

Segundo Walter Benjamim, a indústria cultural é de tal forma globalizada e mecanizada que pode tornar-se uma ideologia.

[...] então a indústria cultural se define pelo fato de que ela não opõe outra coisa de maneira clara a essa aura, mas que ela se serve dessa aura em estado de decomposição como um círculo de névoa. Assim, ela própria se convence imediatamente pela sua monstruosidade ideológica. Com efeito, a indústria cultural é importante enquanto característico espírito hoje dominante. (BENJAMIM, in ADORNO, 1971, p. 290)

As mensagens produzidas pela indústria cultural estão longe de serem inofensivas e causam ao receptor uma satisfação compensatória, mas frustrante e ilusória, pois “ela impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente” (1971, p. 295).

3 O TRABALHO COMO PAUTA

Caxias do Sul é uma cidade trabalhadora. De sua colonização, em meados de 1875, por imigrantes italianos, até os dias de hoje, a cultura formada por seus moradores está baseada em um antigo modo de levar a vida. Segundo estudos de Vânia Beatriz Merlotti Herédia (2002), o indivíduo precisa se sentir inserido na sociedade em que vive para ter uma vida plena. As referências que tinham como grande propulsor na vida de alguém o estudo datam de épocas mais recentes – historicamente, é o trabalho que dignifica o homem.



Ainda de acordo com a pesquisadora, “o trabalho foi, e talvez seja até agora, o símbolo de autonomia, de integração social e o caminho de ascensão social” (2002, p. 4). Ou seja, da época em que os moradores buscavam a fartura no país da Cucagna até a atual realidade, os homens veem na lida diária uma forma de serem bem vistos pela sociedade. Em sentido amplo, “o trabalho é toda a atividade humana que transforma a natureza a partir de certa matéria dada” (p. 5). Sua construção surge ainda na época dos senhores feudais e dos escravos e teve seu ápice com a Revolução Industrial.

Naquela época, o trabalho era visto como tortura, onde apenas os menos favorecidos faziam algo para beneficiar os poderosos. Com o tempo, essa cultura foi se perdendo e as ações foram sendo vistas como uma forma de dignificar o homem através de seus esforços pessoais.

Herédia comenta que

Mesmo que esses descendentes de imigrantes italianos tivessem se despojado dos valores tradicionais de sua pátria, mantinham aquele substrato comum que regulou o comportamento e justificou as atitudes existentes no grupo, baseado em tradições seculares. A origem desses valores pode ser encontrada nos valores considerados da antiga pátria, como o valor da terra, da propriedade, da família, da possibilidade de trabalho, da herança, da poupança, etc. A Itália, no século XIX, era uma sociedade tipicamente agrária e a população sofria dificuldades econômicas [...]. Por isso se apegavam a valores como estabilidade social, continuidade, tradições, submissão, obediência e respeito. (1997, p. 160)

O caxiense está inserido neste contexto, pois carrega sua veia italiana pulsante. Celebrações como a Festa da Uva e a Festa do Vinho Novo, no distrito de Forqueta, por exemplo, evidenciam as lembranças e as tradições dos antepassados. Os moradores valorizam sua lida diária, fazendo de tudo para se manterem nos empregos, buscando muito mais do que um salário no final do mês: querem reconhecimento.

Tedesco (2011) afirma que os laços que unem Brasil-Itália reafirmam raízes migratórias e correlacionam o ontem com o hoje:

Cadeias migratórias, mediações, ordens culturais, étnicas e religiosas, instituições políticas, interesses econômicos e políticos, legislações e ligações entre países, etc., perduram e podem ser eficazes no interior do macrofenômeno migratório que envolve Brasil e Itália. [...] O motivo trabalho é o que prepondera. (ps. 352-353)

Desta forma, a cultura do povo que transformou a Pérola das Colônias na segunda maior cidade do estado não se perde, apenas se transforma. Hoje, os trabalhos e



as oportunidades são muitos. Mulheres têm o direito de ganhar seu próprio dinheiro e não precisam mais estar somente à frente dos lares. Jovens ingressam no mercado cedo, pois querem estabilidade e experiência para vencer logo na carreira. Valores anarquistas e revolucionários ficaram pelo caminho, deixando apenas sede de transformações.

4 JORNAL PIONEIRO: DIÁRIO DE INTEGRAÇÃO

Era década de 1940, período onde a política ainda influenciava bastante as linhas editoriais dos veículos impressos. Em Caxias do Sul e em toda a Serra Gaúcha circulavam 27 periódicos. Bastante distintos, exaltavam lados diversos de opiniões, como ocorria com *O Momento* e *A Época*. Com o intuito de valorizar as raízes socioculturais do município e de seguir as diretrizes político-partidárias da Ação Integralista Brasileira, nascia em 4 de novembro de 1948 o jornal *O Pioneiro*.

Em seus primeiros anos, o jornal circulava semanalmente e tinha formato tabloide de oito páginas. Era vendido por 0,80 cruzados. O nome surgiu para evidenciar o primeiro jornal da cidade de cunho totalmente informativo, com uma grande equipe e uma redação diferenciada. Logo em sua criação, o impresso tinha como bandeira a luta contra o comunismo e foi visto como um jornal que defendia apenas um lado, uma causa específica, perante diversas revoluções e ativismos da época.

Em suas páginas, os discursos de *O Pioneiro* eram incisivos, mas pairavam também sobre óticas que defendiam os valores locais, o trabalho, a ousadia e a solidariedade. Para Pozenato e Giron (2004), “a luta contra o comunismo foi uma das ideias-força do novo jornal. Nos seus primeiros números o ataque dá-se de forma brutal” (p. 115). Após a criação, o jornal circulou como bissemanário, até tornar-se diário. Um dos pontos cruciais em sua formação ocorreu em 1980, quando Bernardino Conte e Régis Luiz Conte assumiram a direção do jornal, causando uma grande transformação.

Em 21 de fevereiro de 1981, o periódico se tornou diário. Tudo começou com a mudança de sede, com a ida para um local amplo e moderno para a época, na Rua Jacob Luchesi, onde ele está até hoje, sendo assim mais adequado para a produção. Surgiram os primeiros equipamentos modernos, semelhantes aos dos jornais do Centro-Oeste do país.

Um ano depois, o *Pioneiro* identificou que precisava se reinventar, formando nichos e meios de idealizar opiniões com notícias e relatos sérios, divididos em campos. Criaram-se, então, vários cadernos: Sete Dias, para o campo cultural, seções de Economia, Esportes e os Classificados.



Em 1º de maio de 1993, o jornal foi incorporado ao Grupo RBS, considerado o terceiro maior grupo de comunicação do país. Logo, o projeto ganharia a cara da empresa, buscando seguir a visão estratégica do local. Pequenas notícias e grandes reportagens mesclavam-se em um novo veículo, totalmente reformulado graficamente. O projeto, concebido pelo editor de arte da Zero Hora na época, Luiz Adolfo Lino de Souza, vinha ao encontro das novas roupagens nos textos. Pozenato e Giron (2004) destacam que, assim, o Pioneiro passou a ser visto com outros olhos, pois as mudanças agregaram credibilidade e prestígio.

A tiragem começou a ser feita a cores, equiparando-o aos mais modernos veículos impressos do país. No momento da venda, o Pioneiro atingia 32 municípios. Após a venda, aumentou sua área de abrangência para 53 municípios. A tiragem do jornal, que era de até 18.000 exemplares antes da venda à RBS, chegou, em 2002, a uma tiragem diária de 25.000 exemplares de segunda à sexta-feira, elevando-se a 28.000 exemplares ao sábado. Pela primeira vez na história da imprensa caxiense, uma empresa da capital passou a dirigir o maior jornal diário da região, evidenciando a formação de uma corporação jornalística que não mais representa as posições da imprensa regional, mas passou a fazer parte de um grupo de amplitude nacional. (2004, p. 155)

Atualmente, a abrangência contempla 64 cidades. As cidades polo do veículo são Caxias do Sul, onde se concentra 92,5% da circulação, e Bento Gonçalves, Farroupilha, Flores da Cunha, São Marcos e Vacaria, onde estão 5% da tiragem. Os outros valores são divididos entre os outros 58 municípios

4.1 ALMANAQUE: A PRIMEIRA REVISTA DE FINAL DE SEMANA DA SERRA GAÚCHA

Antes mesmo da revista *Donna*, encarte do final de semana presente no jornal Zero Hora, o embrião de um projeto especial para o jornalismo cultural da Serra Gaúcha tomava forma. Foi com o slogan que exaltava o seu pioneirismo que a Almanaque surgiu em 4 de novembro de 2000, na data em que o jornal Pioneiro completava seus 52 anos de fundação. O projeto surgiu como uma forma de valorizar assuntos culturais através de uma edição com diagramação e formato de revista, mas fazendo uso de papel de jornal.

Buscava apresentar uma vasta gama de assuntos, com um jornalismo cultural amplo. Além das chamadas sete artes (música, dança, pintura, escultura, literatura,



teatro e cinema), estariam presentes assuntos como moda, gastronomia, design, comportamento, fofocas, críticas e algumas peculiaridades que lembravam os antigos almanaques de farmácia: piadas, horóscopo e curiosidades. Nasceram ali também personagens, como a colunista Audrey Turney, e um espaço cativo para colunas específicas.

Com as seções e espaços dedicados ao popularesco, partia-se então para a produção de matérias mais sofisticadas, que experimentassem na linguagem, com o uso de macetes da literatura. Os assuntos podiam ser os mais variados, mas deviam contemplar, sempre, um ponto de vista caxiense e local.

Hoje editora-chefe do jornal Diário de Santa Maria, em Santa Maria, Andreia Fontana³ lembra com carinho da época de criação da Almanaque. Repórter *free lancer* no ano de 1994, foi contratada logo depois, e ficou no jornal até o ano de 2002, trabalhando por quase três anos na revista.

Foram momentos de grandes aprendizados. Acostumados a trabalhar com jornal, tivemos de desmanchar e construir de novo conceitos gráficos e editoriais que não dominávamos ainda. Fizemos vários projetos e só depois partimos para pesquisa. Foi com a revista Almanaque que aprendi a importância da pré-produção em jornalismo impresso, das edições fotográficas, gráficas e mesmo editoriais. Foi um processo demorado, dolorido e recompensador. (2012)

A maior bandeira defendida, então, era não investir no factual – isso era pauta para o jornal diário. Após o período de experimentações, a revista foi encontrando seu estilo. Já na segunda edição, em 11 e 12 de novembro de 2000, os espaços do jornal foram sendo tomados por anúncios especiais que explanavam o conteúdo presente na revista. O logotipo da Almanaque também sofreu alterações. Pensado para diferenciar o Sete Dias diário do produto de final de semana, manteve o mesmo estilo de letra, com mudanças nas cores. Estas acontecem até hoje, normalmente com o gancho das estações do ano. Até o final do ano de 2013, deve circular a edição de número 1000.

Em sua essência, o produto continua o mesmo. As melhorias são visíveis, mas alguns pontos importantes foram sendo esquecidos. A Almanaque, hoje, valoriza assuntos como comportamento, música, teatro, televisão, cinema e cultura em geral. Apresenta uma agenda completa de eventos para o final de semana, horários dos filmes em cartaz nas salas das cidades, além de dedicar páginas a receitas de gastronomia especiais, por vezes apresentadas por chefes de renome. O sucesso também está nas vendas de assinaturas, que

³ Entrevista realizada por e-mail em setembro de 2012.



dispararam: atualmente, enquanto as edições de segunda à sexta-feira somam 28 mil, as do final de semana chegam a 38 mil. São mais de 10 mil assinaturas apenas no dia em que o produto é veiculado.

Piza (2003) afirma que

O leitor brasileiro tem um interesse adicional pela cultura brasileira, como o americano tem pela americana, o polonês pela polonesa, o japonês pela japonesa. Aquilo diz mais respeito ao seu cotidiano, aos seus hábitos e valores, à sua procura de situar-se na realidade em que está mais consequentemente enredado, ao idioma que pertence organicamente à sua estrutura mental. (p. 60)

Com isso, o autor evidencia a premissa de que é necessário “inserir a comunidade dentro do produto”. Para identificar essas potencialidades é que a seguinte pesquisa visa expor seus resultados.

4.2.1 TRABALHO E HISTÓRIAS PECULIARES

A primeira reportagem selecionada foi publicada na edição 227, no final de semana de 19 e 20 de março de. A aposta principal não estava em uma manchete – um título em letras garrafais que explicasse sobre o que a revista iria falar. Contudo, a fotografia que estampava a página inicial já dava o tom do assunto a ser discutido. A foto evidencia o letreiro de um motel, com um pequeno olho complementar, onde se lê “Proprietários e funcionários de motéis revelam curiosidades guardadas a sete chaves nesses templos da discrição”.

A revista aposta na cor vermelha, presente na barra lateral. A cor vem ao encontro da proposta da matéria especial, pois remete à paixão e ao desejo. Na lateral também se lê três destaques que estarão presentes nas páginas centrais. A combinação causa estranheza e certo desconforto, que chega também ao visual. O assunto da reportagem sustentaria diversas leituras, pois aguça a curiosidade de muitos. No entanto, a produção da capa descuidou da edição final, acrescentando ali três coisas que não conversam entre si.

Logo na primeira página da reportagem há o título manchettato ausente na capa, – “Coisas que você nem imagina” – no canto inferior direito. A página é quase que tomada por uma foto provocativa, onde se vê ao fundo um casal em um momento íntimo, desfocados. À frente, roupas e calçados. A jornalista Janaína Silva começa o



texto apresentando uma história engraçada, ocorrida há tempos em um dos locais. Ela conta alguns dos diferenciais dos motéis na busca pela conquista de clientes e adianta o que o leitor irá encontrar nesta leitura:

Imagine-se em 1979, em casa, trocando os canais da tevê. De repente, cenas eróticas e de sexo explícito invadem a telinha. Naquela época, não existia Sky, nem NET, e os filmes pornô só chegavam ao Brasil quando importados. Mas os pouquíssimos moradores do bairro Capivari, naquela época, tiveram o duvidoso privilégio de vivenciar a cena descrita acima. Ocorre que, na época, o Motel Chaparral era um dos mais modernos de Caxias e, para agradar aos clientes, criou um circuito interno de tevê. O sinal da central era captado por antenas pelas 50 cabanas. O proprietário, Irani Divino de Freitas, 67 anos, conta que nos dias de tempo ruim era necessário reforçar a potência do sinal da tevê, e isso provocou o incidente. – Esqueceram de baixar o sinal quando o tempo melhorou e a “nossa tevê” começou a pegar nas tevês dos vizinhos. Ainda bem que eram poucos – conta Freitas, que precisou prestar esclarecimentos ao delegado. Essa é apenas uma das histórias engraçadas e pitorescas desse moteleiro que está no mercado desde 1977. Mas quando se fala em motel, todo mundo tem em mente algo parecido com a cena quente que ilustra essa página. Dois modelos fizeram encenação especial para a reportagem. E nós comprovamos que basta pronunciar a palavra “motel” para todo o povo ao redor ficar ouriçado. Quem conhece, quer saber as novidades. Quem não conhece, está louco para saber do que se trata. [...] O Almanaque visitou quatro motéis que dão uma pequena amostra da rede no município. [...] Além de contar aos leitores como são os motéis, o Almanaque aproveitou para conversar com essa legião de trabalhadores que faz de tudo para que nada atrapalhe o momento romântico dos pombinhos. (ALMANAQUE, edição 227, 2005, p. 5)

Ao longo do texto, palavras como “pombinhos” e “clientes” se repetem, evidenciando o público específico dos motéis. Analogismos também estão presentes, a fim de estimular o pensamento do leitor. O formato da reportagem leva a característica de revista: não segue uma linha reta, a pirâmide invertida do jornalismo. Não há um lead propriamente dito e nem explicações e complementos, apenas histórias que se completam sob um tema guarda-chuva.

Conforme Vilas Boas (1996) destaca, o jornalismo de revista carrega diferenças incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. Um dos recursos bastante aplicados é o uso da reportagem interpretativa, que contém um pouco do jornalista que escreveu o texto inserido ali. São pequenas falas que evidenciam um ponto de vista, por sua vez diferente da opinião, vista nas colunas.

A reportagem mexe em alguns tópicos que a sociedade caxiense tenta manter intacta, por ser conservadora em excesso. Ao falar no parágrafo de abertura sobre o ocorrido com os canais da televisão, que expuseram as cenas sexuais para um público



familiar, a revista tenta mostrar que os pensamentos ultrapassados de 1979 ainda se mantêm em 2005, ano da publicação. Esse conservadorismo, por vezes velado, guarda nuances da corrente de pensamento política surgida na Inglaterra, no século XVIII.

O respeito e a forma de agir perante valores antiquados definem uma sociedade que obedece às práticas históricas, mas releva a importância da mudança para seguir formando e definindo suas relações com as seguintes gerações. É necessário compreender que essas mudanças não são inventadas, mas sim resultado de uma evolução constante. Com isso, conflitos deixam de existir em grande escala, pois jovens e velhos compartilham de pensamentos semelhantes, adotando atitudes semelhantes. O que a reportagem evidencia é que este conservadorismo exacerbado ainda se faz presente, excluindo conversas que deveriam ser comuns, para assim diminuir essas lacunas. O conservadorismo está também nas atitudes tomadas pelos funcionários do local, explicados na publicação, evidenciando a privacidade como um item obrigatório no uso do serviço.

Com um texto que apresenta uma descrição de como os clientes devem se portar na entrada do motel e com os depoimentos de funcionários do local, a jornalista faz com que o leitor se sinta parte do que está tentando mostrar.

4.2.2 TRABALHO E ROSTOS CONHECIDOS

A edição 228 da revista, publicada em 26 e 27 de março de 2005, traz a reportagem de capa “Você já viu essas caras”. Em destaque, rostos de pessoas que ganham a vida pelas ruas de Caxias do Sul, de diversas formas. A frase que estampa a manchete é uma afirmação e não apenas um título explicativo. Dividida de maneira a formar um mosaico, a capa traz 16 quadrados brancos, em quatro colunas, separados por espessas linhas azuis. Em alguns dos quadros estão inseridas fotos dos oito cases – rostos conhecidos pelos moradores que frequentam o centro da cidade – e que terão suas histórias contadas nas páginas subsequentes.

A primeira página dispõe de um título complementar, que exemplifica em apenas duas palavras o mote do texto que se seguirá: *Desconhecidos ilustres*. Abaixo, um breve olho com destaque para as palavras “pessoas com que topamos diariamente nas ruas”. A página agrada visualmente, repetindo a diagramação da capa, no formato de mosaico, com fundo branco e linhas azuis. Ao lado direito, uma foto bastante expressiva, aberta, ocupando boa parte do espaço, do primeiro case apresentado:



Valmor Rafael da Silva, o cego pedinte do centro de Caxias. O texto, escrito pelo jornalista Gilberto Blume, dá uma pequena introdução sobre as histórias. Toca, de leve, no ego de muitos. Permite-se “tentar ensinar” ao leitor uma maneira de enxergar com outros olhos aqueles que habitam as ruas.

O coração de toda cidade grande é povoado por seres que parecem integrar a paisagem. Caxias não é exceção. Além das milhares de pessoas a formar o formigueiro humano nas principais vias, há aqueles tipos tradicionais, já familiares aos olhos de todos. São pedintes, vendedores, artistas, músicos, magos, inválidos. É comum passarmos sob uma marquise e dar de cara com a mesma figura, dias, meses, anos a fio. Quando essa figura não está no seu “endereço”, mentalmente questionamos sua ausência, mesmo que não tenhamos qualquer intimidade ou laço que nos una. O Almanaque foi ao centro da cidade conversar com algumas dessas pessoas que sobrevivem nas ruas durante o dia. Todos entrevistados foram extremamente solícitos e simpáticos com a reportagem. A experiência nos dá autoridade para propormos ao leitor tentar olhar com olhos mais humanizados essas pessoas incrustadas no cotidiano de Caxias, mas que para muitos ainda parecem habitar outro mundo. Atentem, os entrevistados podem estar vivendo num mundo mais real que o formigueiro que nós não paramos de construir. (ALMANAQUE, 2005, edição 228, p. 5)

A reportagem traz um texto que valoriza o trabalho, independentemente de quais são suas características e importâncias. Retrata ainda algumas características do caxiense tradicional: o trabalhador é batalhador, luta diariamente para conseguir seu sustento, de variadas formas. Em contrapartida, também leva uma vida apressada, deixando passar despercebidas algumas coisas, como esses profissionais relatados no texto. Os breves textos relatam como cada um dos personagens foi parar nas ruas. Seja por necessidades financeiras, mudança de cidade ou a busca por plateia, o objetivo principal é levar a vida da maneira mais honesta possível. São, novamente, características do caxiense, referendando a primeira hipótese

O texto evidencia a personalidade dos entrevistados, tentando encontrar um denominador comum entre esses caxienses que já fazem parte do imaginário da cidade. O uso excessivo de adjetivos busca humanizar os personagens. Na teoria e na prática cotidiana, isto se dá de forma ética, na valorização de relações pessoais. São contribuições que possibilitam uma empatia entre os indivíduos. O humanismo como escola filosófica surgiu ainda no século XIV, perdurando até meados do século XVI. Este formato de pensamento colocava o homem como centro dos interesses, afirmando que tudo gira ao redor dele. Sua contribuição partiu também para as artes, com grande impacto sob a literatura. Desta forma, o texto da Almanaque mostra que é preciso que o caxiense veja nos trabalhadores que estão nas ruas um pouco de si mesmo.



A leitura se mistura ainda em um texto que mescla o literário, algo semelhante à crônica, com o histórico de vida, que pode ser encontrado em perfis. A reportagem se encerra na página seguinte, em um mosaico de quatro novos rostos. Ao lado esquerdo, o mais famoso caxiense desconhecido: Rui da Silva Peres, o Tio da Casquinha, que ganhava a vida vendendo o doce em parques e na porta de escolas. Aqui, o texto repete uma palavra importante: todos – a grifando na sequência, em letras maiúsculas. Este é um artifício possível do jornalismo cultural, e visa evidenciar algo ao leitor, para que ele grave a informação.

Essa mescla de gêneros referenda que a Almanaque é um produto híbrido. Quando ao seu cunho, João Batista Cardoso (2008) afirma que

o hibridismo é o testemunho mais nítido de que, mesmo esforçando-se por preservar formas culturais autóctones, o homem está aberto a novas maneiras de interagir culturalmente, como mais um recurso de sobrevivência num mundo que tem a mudança como traço essencial. (p. 89)

Bastante sentimento, humanização e sutileza. Um ponto importante e que corrobora com as afirmações acima é que, atualmente, sete anos após a publicação da matéria, todos os personagens ainda estão inseridos na cultura popular da cidade, com exceção do Tio da Casquinha, que morreu há dois anos, e do Anjo Prateado, que se mudou de cidade, conforme o jornal Pioneiro contou em 2009. São essas características que mostram o quão importante é, para o leitor, conectar-se à fonte da matéria por meio dos sentimentos. A importância e o valor dados aos personagens evidenciam uma cidade que valoriza a construção de suas histórias, além do apreço pelo trabalhador e pela busca por uma vida melhor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar o jornalismo cultural requer bastante afincamento, pois é preciso saber encontrar as potencialidades de um produto nos seus detalhes. A presente monografia pretendeu, até aqui e em um primeiro momento, fazer uma revisão literária que desse base para uma primeira leitura da revista em nosso meio.

Como uma revista cultural – e talvez a única da região – a Almanaque precisa estar em constante mutação. As experimentações gráficas, também com a ajuda da criação de novos softwares, foram essenciais para deixar a revista com a cara dos



tempos atuais. A barra lateral, presente nos exemplares até o ano 2008, deu lugar a foto de página inteira, fazendo com a capa seja semelhante a de um livro. Apesar de estar inserida dentro do jornal Pioneiro, a publicação precisa ter uma capa forte e chamativa, para agarrar o leitor à primeira vista.

Rüdiger (1993) afirma que um jornal tem toda a autonomia de mudar sua paginação gráfica, seu conteúdo e estilo. Contudo, o leitor tem todo o direito de não consumir esse produto. Por isso, é preciso identificar junto ao público as vontades que ele possui. Uma revista pode – e deve – utilizar recursos diferentes daqueles utilizados no jornal diário. Assim, o leitor saberá que, nos finais de semana, encontrará algo que lhe agrada, que ele lê e até mesmo guarda para reler tempos depois.

Por fim, se compreende que este trabalho serve para identificar os pontos fortes e os pontos fracos do único impresso-revista da região. Como uma pesquisa preliminar, aponta também um nicho de mercado ainda inexplorado pelos veículos, que fazem com que o jornalismo cultural seja deixado de lado no interior dos estados brasileiros.

Esta pesquisa evidencia ainda as características do leitor caxiense, que vão ao encontro de paradigmas e laços históricos que prendem muitos deles ao passado. As diversas gerações modificam as realidades, agregando novos valores a uma sociedade que precisa se reinventar para continuar em evolução. Para tanto, a Almanaque deve evoluir também, compreendendo que o jornalismo cultural tem um papel importante na construção de leitores pensantes, críticos e preocupados. Estes querem e precisam ter bases sólidas para receber a enxurrada de informações e produtos que a indústria cultural lança a cada ano. Assim, saberão distinguir qualidade de quantidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo magazine: o texto em revista**. 3.ed. São Paulo: Summus, 1996.

CARDOSO, João Batista. **Hibridismo Cultural na América Latina**. Itinerários, Araraquara, n.27. 2008.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2005.

HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti e RADÜNZ, Roberto. **História e imigração**. Caxias do Sul: EDUCS, 2011.



HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. **Processo de Industrialização da Zona Italiana: estudo de caso da primeira indústria têxtil do Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul.** Caxias do Sul: EDUCS, 1997.

MELLO, Luiz Gonzaga de. **Antropologia cultural: iniciação, teoria e temas.** 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

MERQUIOR, José Guilherme. **Arte e sociedade em Marcuse, Adorno e Benjamin: ensaio crítico sobre a escola neohegeliana de Frankfurt.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural.** São Paulo: Contexto, 2003.

POZENATO, Kenia Maria Menegotto e GIRON, Loraine Slomp. **100 anos de imprensa regional: 1897-1997.** Caxias do Sul: EDUCS, 2004.

RÜDIGER, Francisco. **Comunicação e teoria crítica da sociedade: fundamentos da crítica à indústria cultural em Adorno.** 2ª edição, rev. e ampl. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002

SODRÉ, Muniz. **Reinventando @ cultura: a comunicação e seus produtos.** 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

TEDESCO, João. **Do Brasil à Itália: interfaces histórico-culturais de um novo processo migratório.** In: HERÉDIA, Vania Beatriz M.; RADÜNZ, Roberto. (Org.). **História e imigração.** Caxias do Sul: Educs, 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

SITES CONSULTADOS:

<http://liquid.camaracaxias.rs.gov.br/LiquidWeb/App/Principal.aspx?l=pesquisa&s=pesquisa&Simple=1>, Centro de Memória da Câmara Municipal de Vereadores de Caxias do Sul. Acesso ao banco de dados de jornais impressos do município, nos meses de agosto, setembro e outubro de 2012.

REVISTAS, JORNAIS E PERIÓDICOS:

Almanaques – Encartados de final de semana do jornal Pioneiro. Edições entre os anos 2000 e 2012, por meio de Banco de Dados do Jornal Pioneiro.

Caderno Especial Pioneiro 50 Anos – Jornal Pioneiro, 04 de novembro de 1998.