

## **A produção universitária de cinema na revista Gilda<sup>1</sup>**

Jheniffer ANDRADE<sup>2</sup>  
Roberta GONÇALVES<sup>3</sup>  
Celina ALVETTI<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR

### **RESUMO**

O blog Gilda é uma revista experimental online de cinema, que tem como objetivo a prática da produção de textos jornalísticos sobre cinema; esta prática é realizada na disciplina de Produção Jornalística em Cinema do curso de Jornalismo da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, de Curitiba. A metodologia da atividade desenvolve-se por meio de pesquisa bibliográfica e de pesquisa de campo, que resulta na produção de matérias a partir de entrevistas com fontes de diferentes áreas do conhecimento, entre elas profissionais do audiovisual. Constata-se, após cinco semestres, que a experiência de contato com o mercado, tanto jornalístico como audiovisual, contribuem para a formação permitindo não só a pesquisa e a produção de textos, mas a reflexão sobre processos e rotinas produtivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cinema; revista; blog; publicação.

### **O CINEMA E O JORNALISMO CULTURAL**

A publicação de revistas e blogs de cinema no Brasil tem ocupado cada vez mais espaço na mídia atual. Trata-se de um mercado que nasce como produto do Jornalismo Cultural, alimentando-o, mas também se abastecendo do conteúdo dele.

Inicialmente, essas publicações buscavam apenas atender à demanda das empresas de exibição e distribuição de filmes. Porém, com o tempo, ganharam seus próprios projetos editoriais e uma roupagem mais jornalística.

Segundo Pisa (2003), os primórdios de publicações voltadas para o Jornalismo Cultural no mundo teriam ocorrido na Inglaterra, em 1711, com a revista *The Spectator*, em

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. semestre do Curso de Jornalismo, email: jheniffer.andrade@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. semestre do Curso de Jornalismo, email: rgoncalves584@bol.com.br.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: alvetti@uol.com.br.

Londres. Com um perfil ensaísta, voltado para as Artes, a revista era comercializada próximo a cafés e teatros do centro, para o público que usufruía da vida cultural. Naquela época, escritores assumiam papel importante no jornalismo cultural, como J. Swift, autor de *Viagens de Gulliver*. No Brasil, escritores também publicavam em jornais, como Machado de Assis, com seus folhetins e contos.

Com o desenvolvimento científico e tecnológico, no século XIX, surgem os espaços urbanos, e as pessoas começam a se deslocar do campo para ocupar as fábricas das cidades. Assim, cresce a demanda por um jornalismo mais objetivo, descrevendo as atrações e novidades da cidade. A informação se torna essencial para a vida civil e, com a industrialização, surge o termo *mass media* – os meios de comunicação destinados a um grande número de pessoas –, pautando o conteúdo e tornando o jornalismo cultural uma vitrine de produtos como revistas de cinema.

Hoje, publicações desse gênero dão conta de um amplo leque de conteúdo aos leitores. Informam antecipadamente a agenda do mês/semana, com as atrações de entretenimento no circuito da cidade, para que o público possa se preparar antes de prestigiá-las. Mas também podem veicular reportagens de diversos gêneros, como matérias noticiosas e efemérides (datas e comemorações específicas), além de apresentar lançamentos de filmes, resenhas, críticas, crônicas, tendências e eventos ligados ao setor.

Uma publicação com esse perfil é o blog Gilda, uma revista experimental online de cinema, produzida pelos alunos do curso de Jornalismo, na disciplina de Produção Jornalística em Cinema, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR, em Curitiba.

O curso de Jornalismo da PUCPR mantém, na disciplina de Produção Jornalística em Cinema, do terceiro ano, dois blogs em formato de revista: Cineacademia, criada em 2008, com produção de alunos de turno matutino e Gilda (revistagilda@blogspot.com), desde 2012, da turma da noite, que é apresentada neste trabalho.

## **A EXPERIÊNCIA DA PRÁTICA NO BLOG**

A Revista Gilda foi criada com o intuito de desenvolver e estimular a prática da produção de textos jornalísticos sobre cinema. O blog foi a plataforma escolhida para a criação da revista, pois disponibiliza uma gama de possibilidades que podem ser exploradas

na produção dos seus materiais, que são de suma importância para a formação acadêmica dos estudantes responsáveis. Cunha (2006), afirma:

Uma das possibilidades oferecidas pelo jornalismo praticado por intermédio dos blogs é a personalização de conteúdos, conceito ainda não descrito claramente. Até agora, entende-se personalização como uma prerrogativa do emissor da informação, mesmo em um blog. A notícia tem as características de quem produz, neste caso.

Nas últimas décadas, o público interessado em cinema, e conseqüentemente leitor de veículos desse segmento, tem aumentado consideravelmente, frequentando com mais assiduidade espaços destinados a tal modalidade de entretenimento. De acordo com a Ancine – Agência Nacional de Cinema, o Brasil tem uma sala de cinema para cada 75 mil habitantes. Pouco, comparado à Argentina, que tem uma sala para cada 51 mil habitantes. De qualquer forma, tais dados revelam o interesse do público por essa arte e, em decorrência disso, por produtos vinculados a ela. Nessa linha, surgem os blogs e revistas eletrônicas especializadas, com dicas, sugestões e críticas dos filmes.

A Revista Gilda, surge para suprir essas necessidades, tanto do mercado, quanto dos estudantes de jornalismo em se habituar a produzir materiais para diferentes plataformas. Como a própria descrição do blog diz, “Gilda é uma revista digital experimental realizada pelos acadêmicos do terceiro ano (noturno) de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, PUCPR.”, evidenciando que é necessária a criação de produtos experimentais nas mais diversas áreas e plataformas para a complementação da formação dos estudantes.

## **PROCESSO DE CRIAÇÃO**

A fase inicial do projeto de produção da Revista Gilda se deu a partir da definição do título que o blog receberia. “Gilda” remete a uma personagem do cinema hollywoodiano, a Gilda de Rita Hayworth.

Apresenta-se, desse modo, a ligação direta com o cinema, o lado clássico e dramático da fonte utilizada; as curvas e o nome feminino representam a delicadeza e atitude que se deseja para o blog; evidencia também a ousadia do filme que inspirou o logo (para a censura da época, o filme era bem ousado). A letra corrida, por sua vez, relaciona-se com a década do início do cinema, no final do século XIX.

Em um segundo plano, considerando um dos focos no cinema brasileiro, o título serve como homenagem à diretora do cinema brasileiro antigo, Gilda de Abreu. Por fim, é também uma referência ao mascote da turma que iniciou o blog (um porquinho chamado Gildo).

A revista possui linguagem mais descontraída, o que se justifica por várias razões: é voltada para o público jovem, em particular os universitários (apesar de, considerando a circulação na web, poder atingir diferentes faixas de idade interessadas em cinema).

Para a produção, parte-se de um embasamento teórico e discussões realizadas entre os alunos nas aulas da disciplina de Cinema, para compreender melhor a dinâmica dessa área.

Os alunos organizam-se em agências de produção jornalística. Cada agência conta com pesquisadores, redatores, fotógrafos e um editor, responsável, junto com os editores das outras agências da turma, pelas edições. Conforme o caso, são feitos rodízios entre as funções, para que todos passem pela experiência em distintas funções.

O fechamento das pautas, bem como a escolha da organização editorial e das principais fontes são feitos com a professora orientadora. As filmagens, quando necessárias, são realizadas com os equipamentos do Laboratório de Comunicação da PUCPR, máquinas fotográficas, filmadoras. Utilizam-se também as ilhas de edição do laboratório para a finalização dos vídeos, em sessões pré-agendadas, diretamente na instituição.

Depois das matérias prontas, os alunos fazem as postagens, com supervisão dos editores, que revisam e fazem as alterações necessárias nos materiais. O editorial de cada edição é feito por um dos editores das agências, também escolhido em forma de revezamento.

Como administradores do blog, os alunos podem a qualquer momento fazer alterações, ajustes e atualizações nas produções referentes às suas agências. O projeto editorial é bastante livre, buscando dar aos alunos a possibilidade de desenvolver matérias em texto e em audiovisual de maneira mais solta, diferente do que estão acostumados com as outras disciplinas do curso.

As matérias relatam sobre os bastidores das produções feitas pelos estudantes: entrevistas com diretores, cineastas e profissionais do setor, documentários e curtas-metragens. As entrevistas são realizadas pessoalmente, por telefone ou pela Internet.

As redes sociais também são um recurso utilizado para produção da revista, como fonte de pautas, conteúdo e muitas vezes contato com as fontes, bem como, para a

divulgação dos materiais produzidos pelas agências, uma vez que cada produtora possui sua página nas redes sociais.

## CONSIDERAÇÕES

A elaboração de projetos experimentais em jornalismo durante o período acadêmico é de grande importância para a formação dos estudantes. O blog Revista Gilda, auxilia os acadêmicos no desenvolvimento de diversos aspectos dentro do campo comunicacional, uma vez que é desenvolvido em uma plataforma diferente do que o restante das matérias da grade acadêmica costuma aplicar.

Além disso, os estudantes têm a possibilidade de ter contato direto com pessoas ligadas a área cinematográfica por meio das entrevistas e matérias produzidas para a revista, e a possibilidade de escrever de uma forma mais solta, com uma linguagem diferente do que habitual nos veículos de jornalismo tradicional.

A Revista Gilda é uma produção interessante para um meio cinematográfico, que está em ascensão, e necessita de materiais voltados a essa área específica. É cada vez maior o número de pessoas que buscam produções direcionadas a temas específicos, e a Gilda surge para suprir essa necessidade, tanto do público com informações sobre esse nicho específico, quanto dos alunos em desenvolverem técnicas para produção de materiais para essa área em ascensão.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, S. Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais.

Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-online.html>. Acesso em: abril de 2015>.

CUNHA, Magda. Os blogs e a prática do Jornalismo no Brasil Uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura. **Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação do CETAC.MEDIA**. n 3, p 139. 2006.

PISA, D. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

SALDANHA, O. Imagens e Letras. Disponível em: <<https://olavosaldanha.wordpress.com/a-historia-das-revistas-de-cinema/>>. Acesso em: abril de 2015.