



BARICÉA DESVAIRADA: GUIA DE CULTURA, LAZER E ENTRETENIMENTO DE MANAUS¹

Fabíola Vasconcellos ABESS²

Mirna Feitoza PEREIRA³

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

O jornalismo cultural e o jornalismo de turismo mais informativo e menos publicitário é uma demanda do público consumidor de cultura, lazer e entretenimento em Manaus. Este trabalho apresenta além de um estudo sobre as fronteiras entre o jornalismo especializado em cultura, turismo e as relações com a publicidade, um resgate da codificação jornalística e formação da imagem pelo público, sendo que ao final apresenta um estudo de mercado realizado com o público-alvo e análise de conteúdo dos principais cadernos de cultura dos jornais A Crítica e Diário do Amazonas. O estudo de mercado foi uma das metodologias empregadas para que o produto guia Baricéa Desvairada, cultura, lazer e entretenimento pudesse ser concebido de forma que atendesse as demandas do público e preenchesse as lacunas do mercado editorial local.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo especializado; turismo; cultura; lazer.

INTRODUÇÃO

Este trabalho resulta de uma lacuna percebida no mercado editorial amazonense com relação aos guias culturais e de lazer na cidade. Não há uma organização na difusão das informações sobre as atividades de lazer, cultura e entretenimento que acontecem na cidade de Manaus, apenas guias impressos que indicam nada mais além do que o endereço e perdem a validade em alguns meses. Os únicos meios que ainda cumprem o papel de informar periodicamente a programação semanal de lazer na cidade, são os jornais diários que divulgam nos cadernos culturais a programação semanal.

Os guias turísticos apresentam a cidade como espaço de lazer e difusão das atividades que os turistas dispõem ao visitar um destino. Resumidamente descrevem o local, horário de funcionamento e endereço, mas não conseguem transmitir ou reportar as sensações e experiências que os visitantes ou turistas podem ter ao visitar um atrativo, independente da natureza, se histórico, cultural ou equipamentos de restauração

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Utilitário.

² Estudante do 9º. Período do Curso de Jornalismo, email: fabiolabess@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: mirnafeitoza@uol.com.br.

(alimentação). O fluxo das informações de lazer é perene e restrito aos circuitos de amigos, redes sociais e as sessões de cultura e entretenimento do jornalismo impresso. A proposta é desenvolver um guia impresso que torne essas informações acessíveis ao morador local, que também usufrui dos mesmos equipamentos de entretenimento e lazer dos turistas nacionais e internacionais.

Sem comunicação não é possível que o ser humano possa ter noção da existência de outros povos e culturas, nem poder sentir necessidade de se deslocar para outros locais diferentes de sua moradia. Para que isso ocorra, um turista precisa obter o mínimo de informações sobre destino que deseja conhecer. A mesma situação ocorre com o morador local que à margem das políticas de difusão cultural pouco sabe o que a cidade tem a oferecer, o crescimento desordenado e a precariedade no transporte público afastam o morador das atividades de lazer que em sua maioria ocorrem nas zonas centrais da cidade. A falta de informações sobre os locais de lazer foi um dos motivos que contribuíram para a definição do público-alvo.

Os guias emitem opiniões com base em critérios subjetivos e atribuem notas ou estrelas a cada produto divulgado, como se fossem apenas catálogos de serviços, como os folhetos das agências de viagens. Os guias turísticos de grande circulação reúnem informações sobre cultura, lazer, pontos turísticos, restaurantes e são pouco acessíveis por causa do preço. Além de disponibilizar informações resumidas e com periodicidade anual, não há texto jornalístico neste tipo de publicação.

Pensar no jornalismo especializado em turismo é de tal complexidade que excede as páginas dos cadernos de turismo, onde se prioriza o imediatismo das informações factuais e resenhas de produtos da indústria cultural.

O jornalismo de turismo, de acordo com o artigo 2º do estatuto da Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo (Abrajt), “visa buscar a ampliação e consolidação dos canais de divulgação em favor do turismo nacional”.

Codificar a informação de lazer jornalisticamente seria um modo de evitar uma confusão de gênero jornalístico, nota-se que existe uma confusão entre o jornalismo diversional, cultural e de turismo. Simplesmente dizer a importância do lugar para a população local, o que representa na atualidade, fazer que a comunicação turística deixe de ser unilateral, que o processo de recepção possa resultar num retorno e que o guia turístico deixe de ser apenas uma vitrine de produtos que o visitante e o morador local possam ter interesse em conhecer e receber informações sobre o local de visita.



2 OBJETIVO

O projeto experimental tem como objetivo geral desenvolver um guia jornalístico de cultura, lazer e entretenimento da cidade de Manaus, como objetivo específicos almeja discutir as fronteiras entre jornalismo, turismo e publicidade, analisar os guias do gênero estudados e tratar a informação turística a partir da codificação jornalística. O projeto gráfico e diagramação serão realizados em parceria com a publicitária Luana Batista.

3 JUSTIFICATIVA

O projeto experimental justifica-se pela lacuna no mercado editorial e pelas demandas apresentadas pelo público-alvo. Percebe-se que não há informação jornalística nos guias sobre Manaus e o foco das publicações sobre o Turismo no Estado é o turista estrangeiro. Nos cursos de Jornalismo há pouco espaço para o debate acadêmico nas disciplinas sobre o jornalismo especializado. Tema que deveria ser levantado pelos cursos de comunicação, pelo fato de que jornalistas e leitores são beneficiados pela criação dos produtos jornalísticos, a exemplo disso: os cadernos, revistas de turismo e os guias turísticos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O desenvolvimento de uma proposta de um guia para a cidade de Manaus requer o método indutivo pela aplicação de uma experimentação, um protótipo como sugestão a suprir o que não existe no mercado, o que justifica o método indutivo e pesquisa qualitativa-quantitativa pela aplicação de questionários e análise dos dados apresentados. O guia foi pautado e editado a partir de uma pesquisa de mercado com um instrumento de coleta desenvolvido para entrevistar o público-alvo nos locais onde as atividades de cultura, lazer e entretenimento ocorrem na cidade. Algumas seções surgiram além da pesquisa de mercado e foram sugeridas pela discussão teórica e citações de autores.

O projeto propõe fazer uma metodologia de levantamento dos temas recorrentes nos jornais de Manaus por meio de uma análise de conteúdo, aplicação de 50 questionários, divididos em dez por local aplicados junto ao público-alvo nos locais de efervescência cultural como o Largo de São Sebastião, filas de cinemas, praça de alimentação de um shopping Center e alunos de ensino infantil do colégio Dom Bosco. O estudo de mercado foi realizado com base na metodologia de estudo de mercado do Sebrae (Serviço de Apoio



às Micro e Pequenas Empresas) em diferentes horários do dia, nas filas dos cinemas de modo que os entrevistados não sejam irritados. Os dias da aplicação dos questionários correspondem aos horários de maior movimentação destes locais, de acordo com as informações das assessorias de comunicação e marketing. A quantidade da amostra foi definida a partir de 10 questionários por local, totalizando 50 entrevistas por sorteio aleatório respeitando a estrutura disponível para a aplicação dos questionários de apenas um entrevistador para a realização das entrevistas, também foi realizada uma análise de conteúdo das notícias e tipos de eventos que são divulgados pelos jornais impressos de Manaus, para esta análise de conteúdo foram selecionados os jornais de semana de 11 a 15 de outubro de 2010 para análise com instrumento de pesquisa proposto por Jorge Duarte, em *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação Social*.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O guia Baricéa Desvairada é uma publicação jornalística semanal que circula às sextas-feiras, voltado a divulgar notas, notícias e reportagens de interesse dos públicos infantil, juvenil, adulto e de terceira idade em cultura, lazer e entretenimento. O guia está dividido em editorias com os seguintes títulos: **Cinema, Passeio, Balada, Debates, Degustação, Esportes, Artes, Música, Infantil, Galeria e Modo de usar**. O “modo de usar” são recomendações de como o guia deve ser manuseado, por seguir uma paginação diferente de outras publicações, por meio de abas. O modo de usar funciona como um manual de instruções prático de como o guia deve ser paginado, sempre se guiando pelas “abas de navegação” que vai direcionar o leitor a paginar o guia na vertical e debaixo para cima. Além das abas o guia também terá ícones para ajudar o leitor fazer buscas rápidas sobre preços, horários, serviços e gratuidade de atrações e datas. O espaço “modo de usar” vai explicar sucintamente a relação das cores com cada seção para que o leitor possa estar ciente de como realizar a consulta do guia.

5.1. Apresentação das editorias:

As editorias do guia tiveram por base o estudo de mercado que norteou a organização dos conteúdos distribuídos na publicação. Porém, algumas páginas e editorias surgiram de lacunas, como a editoria *Debates*, que surgiu para divulgar os eventos científicos das universidades. E a página *Galeria*, na qual o leitor pode enviar fotos. É



possível a inclusão de entrevistas e outros recursos jornalísticos em casa uma das secções abaixo.

5.2 Cinema – (ver página Nesta editoria além da programação das salas de Manaus, haverá espaço para crítica cinematográfica, dicas do leitor, espaço para divulgação de cursos na área de cinema, palestras e programação dos cineclubes e divulgação de espaços de exibição de filmes.

5.3 Balada: A secção balada contempla as opções de shows, festas, eventos, programações em casas noturnas e pubs. É possível que traga, de acordo com a oferta, matérias relacionadas com o conteúdo.

5.4 Passeio: Esta editoria divulga programações gratuitas ou na qual a família possa participar. O leitor poderá interagir com o envio de sugestões de locais para passeio.

5.5 Debates: Esta secção é uma sugestão de inovação além do estudo de mercado realizado com o público, o conceito é divulgar o circuito de eventos científicos, congressos, palestras e workshops realizados em Manaus, porém.

5.6 Degustação: Esta secção agrega os locais de refeições como bares, restaurantes, lanchonetes, pubs, docerias, pizzarias, churrascarias, temakerias, cafés e similares. Também conta com as dicas dos leitores.

5.7 Artes: É um espaço para a divulgação e discussão dos eventos artísticos na cidade de Manaus, agrega exposições, programações teatrais, movimentos culturais dança, lançamento de livros, etc.

5.8 Música: Aqui serão divulgadas as programações de shows locais, nacionais e internacionais. Festivais e música em geral. É um espaço para divulgação das obras e artistas amazonenses

5.9 Infantil: Esta secção informa as programações infantis na cidade, independente de contemplar as demais secções.

5.10 Galeria: Um espaço feito pelos leitores, que enviam fotos de participações em eventos e momentos de lazer que estejam relacionados com as secções do guia.

5.11 Públicoalvo: Leitores de um jornal de grande circulação de Manaus consumidores de programações de lazer, cultura e entretenimento na cidade de Manaus

5.12 Da escolha do nome: Baricéa Desvairada – lazer, cultura e entretenimento.

O nome do guia surgiu da expressão criada por Ramayana de Chevalier inspirada em termos, como *paulicéa*, na época formas carinhosas de se referir à terra natal. Baricéa serviu para batizar pelo menos dois veículos de comunicação amazonenses, uma revista e uma estação de rádio. A revista Baricéa Desvairada foi criada em 1939 com edição



bimestral por iniciativa de Aristóteles Comte de Alencar. O nome Baricéa Desvairada foi escolhido por transmitir a idéia de movimentação constante, assim como o livro *Paulicéia Desvairada* (1922) do modernista Mário de Andrade o qual relatava o processo rápido de modernização da cidade de São Paulo na década de 20, no Amazonas, a “Desvairice” se exhibe no crescimento (des) ordenado da capital, onde as práticas culturais, lazer e entretenimento não conseguem acompanhar a demanda ou se centralizam nos circuitos culturais. Uma realidade na qual o fluxo de informações é desencontrado e converge para a internet, preferência de busca de informações pela informação dos programas de cultura, lazer e entretenimento na cidade de Manaus.

5.13 Linha editorial: Tanto a linha editorial e projeto gráfico contemplam as análises da pesquisa de mercado e as demandas que surgiram como necessidade do público. Levando em consideração as demandas dos entrevistados e algumas lacunas que foram identificadas como opções pelos cadernos de cultura dos jornais de grande circulação.

É importante frisar que a maioria das editorias são fixas com possibilidade de agregar outros temas, gêneros jornalísticos e recursos que estejam ligados aos temas de cultura, lazer e entretenimento.

5.1.1. Projeto Gráfico

5.1.2 Formatação:

Nome: guia

Tamanho do produto: 20x20

Fonte:

Trebuchet MS

Tamanho: 24

Nome: BARICÉA DESVAIRADA

Fonte:

ROCKWELL

Tamanho: 38

Corpo da capa

FONTE: Rockwell

Tamanho:39

5.1.3 Material:

Capa: papel couchê



Miolo: papel offset

5.1.4 Parte inferior da capa

Destaques

FONTE: **Arial - 24**

Arial - 12

Arial - 10

Tamanho máximo: 24 / 12/ 10

5.1.5 Páginas do guia

Fonte usada: ROCKWELL para as colunas de destaque com espaçamento de 5 X 7,5 cm cada uma. E para os espaçamentos da foto, espaçamento de duas colunas juntas, a imagem de destaque ao lado da própria coluna que irá ser escrita tal matéria. Terá o espaçamento de 10 x 7,5 cm.

Colunas: as colunas de notícias terão espaçamento de 5,0 X 8,5 com fonte ARIAL, tamanho: 30/ 18.

5.1.6 Tiragem: Tirando por base o Dez Minutos, pode-se orçar 100 mil exemplares ou acompanhar a tiragem do jornal a ser encartado.

5.1.7 Periodicidade: Semanal. O guia será veiculado toda sexta-feira devido à proximidade do fim de semana e o início da semana subsequente.

5.1.8 Número de páginas: Até 24 páginas. Planejou-se distribuir no máximo 03 páginas por secção, a primeira de cada terá uma matéria destaque sobre o tema de cada secção, com espaço para fotos, boxes, colunas e infográfico. A quantidade de páginas acompanha as demandas da semana.

5.1.9 Tipo de papel: Capa confeccionada em papel couchê brilhante e miolo em papel off-set devido os custos de impressão e periodicidade. O guia piloto também seguirá essa proposta, pois se trata de um produto que será oferecido a um cliente real.

5.1.10 Conceito

O guia Baricéa Desvairada – cultura, lazer e entretenimento em Manaus terá no máximo até 24 páginas, divididas em 03 colunas. Todas as páginas devem apresentar leveza, simplicidade na consulta, tipografia e praticidade no manuseio. Para isso, serão utilizadas fotos, boxes, subdivisões com intertítulos e outros possíveis recursos. O guia segue o formato pequeno e quadrado (20 x 20 cm), desenvolvido para caber no bolso quando dobrado ou para carregar na bolsa. Devido a preferência de 41% do público buscar



informações sobre os programas culturais e de entretenimento da cidade na internet, desenvolveu-se uma paginação de forma vertical (de baixo pra cima) para que o leitor possa consultar as informações sem precisar dobrar o guia ao meio. Com orientação próxima ao A4 dobrado. O guia segue uma simulação de uma página da internet, pois os conteúdos ocupam duas páginas verticalmente dando continuidade a leitura do conteúdo na quebra da página onde ficaria a intersecção do grampo.

O texto das matérias de cada secção é exposto em três colunas de 7 cm de largura por 12 de comprimento, sendo que algumas destas secções têm fotografia ou infográfico com legenda. O projeto gráfico, em relação às páginas, contempla capa do periódico, que muda conforme o destaque da semana, expediente com o índice das secções e “modo de usar” que explica o formato e a lógica da leitura do guia, e páginas internas distribuídas de acordo com as secções do guia numeradas e marcadas com uma aba externa colorida, além das páginas internas com texto, texto e foto, texto, foto e infográfico.

5.2 Distribuição do conteúdo:

Página 1

Capa

Cabeçalho: será feito a partir do logotipo do Baricéa Desvairada com o subtítulo “cultura, lazer e entretenimento”, ficará no alto da página e virá com o fio data contendo local, período da semana (17 a 24 de dezembro), ano guia do e número da edição logo abaixo do título.

Linha Fina: abaixo do nome Baricéa Desvairada, a linha fina terá o subtítulo do guia “cultura, lazer e entretenimento”, data, local e ano de publicação.

Chamadas: logo abaixo da foto da capa, terá 3 chamadas para as matérias secundárias de cada secção correspondente as secções

Página 2

Índice: Será constituída de uma coluna do lado esquerdo da mesma página com indicação da página e secção, além dos subtemas disponibilizados em cada secção.

Editorial: Texto assinado do lado direito, onde haverá opinião sobre o projeto e o principal assunto em pauta.

Expediente: o expediente está localizado do lado direito da página 1 abaixo do editorial com os nomes dos envolvidos na realização do projeto.



Cores: As cores de cada secção foram escolhidas por meio do estudo de cores e associadas às emoções e sensações para auxiliar o leitor durante a consulta do guia. No sistema de cor pigmento, as cores primárias são **magenta, amarelo e ciano (CMYK)**. As cores secundárias são produzidas pelas seguintes misturas:

- **Cinema:** laranja, por ser uma cor quente e remeter à agitação que o tema cinema remete às emoções do espectador.
- **Balada:** ciano, uma cor de pigmento básico que misturado aos outros tons dá origem às demais cores. Simboliza a personalidade o ideal e o sonho, características de eventos como festas, que são eventos passageiros que as pessoas utilizam para fugir da rotina.
- **Passeio:** Amarelo, uma cor que simboliza otimismo e transmite calor, expectativa, idealismo e conforto. Elementos ligados à atividades acadêmicas.
- **Degustação:** vermelho por remeter calor e energia, duas qualidades associadas aos alimentos.
- **Infantil:** lavanda, beleza, saúde e o romantismo presentes na infância.
- **Artes:** Verde, o vigor e a juventude das gerações das artes cênicas manauaras.
- **Galeria:** Magenta, o mesmo pigmento básico que gera outras cores, o magenta é o princípio do vermelho, que está associado à vida e paixão, lembrando que esta secção será editada com a colaboração de leitores.

Programe-se: A secção Programe-se funciona como uma segunda capa (sem foto destacada ao fundo) com as manchetes dos eventos que estarão em final de temporada e teaser do que vai ocorrer além do período do guia (de 17 a 24 de Dezembro), funciona como um mural de lembretes para que os leitores possam se programar financeiramente e organizar o tempo livre.

6 CONSIDERAÇÕES

O guia de cultura, lazer e entretenimento, Baricéa Desvairada é um protótipo de um produto que ainda pode passar por mudanças até ser lançado finalmente ao consumidor. Porém, codificar a informação por meio de um jornalismo cultural de serviço é um desafio e uma proposta de inovação no setor. Como já foi levantado pela pesquisa de mercado apresentada, a informação de cultura, lazer e entretenimento na cidade de Manaus tem



espaço diário nas páginas dos cadernos de cultura da cidade. Porém, este espaço diário se restringe ao público que se informa apenas por meio dos jornais impressos e algumas demandas por shows, concorrendo para que a informação se perca devido à validade do evento que por muitas vezes é divulgado no mesmo dia em que ocorre.

Os teóricos debatem a “venda” da informação jornalística para a publicidade, uma questão polemizadora que põe em questão a validade da informação jornalística, fala-se até sobre um possível conluio das empresas promotoras de eventos com os meios de comunicação. Uma discussão que fica aquém do modo de produção, pois questiona-se bastante os conteúdos jornalísticos e pouco se explora o modo como a informação circula até a formatação de um produto final. A constituição de um produto editorial depende de orçamentos para que estes sejam confeccionados, pensar em alternativas sustentáveis é uma solução para evitar qualquer tipo de comprometimento da informação. Os jornais e as publicações em geral perdem espaço de texto jornalístico para os anúncios cada vez maiores.

A especialização do jornalismo, tal como a categorização em gêneros é um debate atemporal, pois como vários autores chegaram a uma unânime opinião, a informação independe do gênero e natureza para causar interpretações e reações no público receptor.

No caso do morador local ou viajante, estes utilizam de parte dos equipamentos de bens e serviços ofertados por determinados destinos, ambos necessitam de informações sobre as programações de lazer, cultura e entretenimento. Este projeto precisa passar por modificações até chegar as mãos do consumidor final, é recomendável realizar um estudo tanto das demandas quanto das ofertas em programações de cultura, lazer e entretenimento da cidade de Manaus afim de criar uma agenda de eventos e levantar informações sobre a efemeridade destes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABESS, Fabíola Vasconcellos. **O turismo como pauta dos jornais impressos A Crítica e Diário do Amazonas na cidade de Manaus no mês de Outubro de 2007**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, Portugal, v. 1 p. 1-104. 2009.

DUARTE, Jorge; BARROS, (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo. Atlas, 2009.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3 ed. Ver. E ampl. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.