



Planejamento Gráfico e Jornalismo Cultural permeando o Jornalismo Científico: Análise da Seção de Livros da Revista Galileu. ¹

Missila Loures Cardozo²
FAINC/IMES

Resumo

Trata-se de um estudo introdutório sobre a seção de livros da Revista Galileu, para analisar qual é a abordagem do jornalismo cultural, sobretudo do jornalismo literário, dentro de um veículo de jornalismo científico. A questão central é como a mídia pauta as questões culturais, no tocante a literatura. O objetivo do estudo é constatar qual é a função da seção de livros dentro da Revista Galileu, se como um espaço de informação ou apenas um espaço de divulgação publicitária das editoras; bem como qual a característica essencial desta seção. A mudança editorial e seu impacto inicial na divulgação de livros e qual o diferencial introduzido pela mudança editorial no tocante a divulgação cultural. O estudo foi desenvolvido através de pesquisa documental e bibliográfica, tendo como recorte as edições de abril, maio, junho e julho de 2004.

Palavras-chave

Jornalismo científico, jornalismo cultural, industria editorial, planejamento gráfico.

1. Meio Revista

Segundo o Mídia Dados 2003 nos últimos anos, o meio revista vem sendo muito cobrado por ser considerado um meio de construção de marca, conceito vendido pelo próprio meio por muito tempo. O mercado publicitário, em função das crises dos últimos tempos, tem trabalhado prazos e orçamentos exíguos, e o meio revista tem sofrido com essa síndrome do resultado imediato.

O meio revista desperta interesse, demonstra intimidade, foco, empresta credibilidade aos produtos veiculados e os anúncios nele passam a ser fontes importantes de informação para o leitor, além de o próprio leitor ser seletivo em suas escolhas, começando por escolher a revista que deseja ler.

Estudos da ANER indicam que o mercado tem se mantido estável nos últimos anos, com circulação média de cerca de 410 milhões de exemplares por ano.

2. Gêneros Jornalísticos

¹ Trabalho apresentado à Sessão de Temas Livres

² Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente do curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Coração de Jesus e do IMES – Universidade Municipal de São Caetano, bacharel em Publicidade e Propaganda e Especialista em Propaganda Digital pela Universidade Metodista de São Paulo. e-mail: milacardozo@yahoo.com.br



Para contextualizar de maneira mais adequada a revista, como mídia impressa, é necessário conceituar os gêneros jornalísticos, para entender de que forma as revistas são divididas e qual a diferença de sua abordagem. Esta contextualização pe necessária sobretudo no entendimento de revista classificadas no mesmo segmento, mas que podem ter gêneros jornalísticos distintos em sua política editorial. Marques de Melo (MARQUES DE MELO, 1985) estabelece, ao estudar os gêneros jornalísticos no Brasil, a classificação feita por Luiz Beltrão, que atende a critérios funcionais, de acordo com as funções que os textos desempenham em relação ao leitor: informar, explicar ou orientar. A partir dessas funções, propõe três categorias básicas:

- jornalismo informativo: notícia, reportagem, história de interesse humano, informação pela imagem;
- jornalismo interpretativo: reportagem em profundidade;
- jornalismo opinativo: editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada, opinião do leitor.
- Acrescentando alguns elementos, Marques de Melo reduz essa classificação a duas categorias:
- jornalismo informativo: nota, notícia, reportagem, entrevista
- jornalismo operativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta

Com esse seu estudo, Marques de Melo, de certa forma, evidencia a proximidade que há entre gênero e tipos textuais. Os tipos textuais, assim, não se limitam especificamente ao literário, ao jornalístico, ao técnico ou ao científico: são, na verdade, modelos gerais, que são escolhidos, adaptados e readaptados de acordo com cada função específica que exercem na comunicação.

2.1. Jornalismo Científico

O Jornalismo Científico diz respeito à divulgação da ciência e tecnologia pelos meios de comunicação de massa, segundo os critérios e o sistema de produção jornalística.

É importante, pois, atentar para as duas partes essenciais desta expressão e que definem o conceito: o Jornalismo e o Científico. Isso porque é possível encontrar, nos meios de comunicação de massa, onde se manifesta a atividade jornalística, textos, artigos ou materiais sobre temas de ciência e tecnologia e que não podem ser



considerados jornalismo científico, exatamente porque não são, em princípio, jornalismo. Outra questão a ser ressaltada é a de que Divulgação Científica e Jornalismo Científico não são a mesma coisa, embora estejam muito próximas. Ambos se destinam ao chamado público leigo, com a intenção de democratizar as informações (pesquisas, inovações, conceitos de ciência e tecnologia), mas a primeira não é jornalismo. É o caso, tanto dos fascículos como de uma série de palestras que traduz em linguagem adequada a ciência e a tecnologia para o cidadão comum. Assim como os fascículos, palestra não se enquadra dentre os gêneros do Jornalismo. Tem-se ainda uma outra modalidade de difusão de ciência e tecnologia, chamada disseminação científica, que é aquela que tem como público-alvo os especialistas, os próprios pesquisadores e cientistas. A disseminação científica ocorre também nas revistas científicas, nos materiais (comunicações, pesquisas e ensaios) apresentados nos eventos científicos e assim por diante. Logo, temos 3 conceitos diferentes: Jornalismo Científico, Divulgação Científica e Disseminação Científica, que exprimem manifestações diversas do processo amplo de difusão de informações sobre ciência e tecnologia.

O Jornalismo Científico, que deve ser em primeiro lugar Jornalismo, depende estritamente de alguns parâmetros que tipificam o jornalismo, como a periodicidade, a atualidade e a difusão coletiva. O Jornalismo, enquanto atividade profissional, modalidade de discurso e forma de produção tem características próprias, gêneros próprios e assim por diante.

2.2. Jornalismo Cultural

O jornalismo cultural é uma segmentação da mídia voltada para expressões artísticas como música, cinema, teatro, artes plásticas, histórias em quadrinhos, televisão e outras formas de entretenimento ligadas às artes.

Geralmente, o jornalista que trabalha com esta editoria necessita de uma profunda experiência prática, além da formação acadêmica. Isto porque somente o referencial teórico dos anos de estudo num curso de Comunicação Social não permite que o profissional se aventure por uma editoria especializada. Para escrever sobre quadrinhos, o jornalista precisa conhecer sobre o funcionamento do mercado editorial (especificamente de quadrinhos, já que este difere de outras publicações); tem que, obrigatoriamente, acompanhar a cronologia das histórias; saber diferenciar os gêneros de roteiro e arte e outras necessidades que levam muito mais tempo para assimilar que o de um curso superior.



Na maioria dos casos, um jornalista especializado em cultura é alguém que coleciona quadrinhos desde a infância, toca em grupo musical, pinta quadros ou passou a maior parte de sua vida dentro de cinemas assistindo filmes e encontrou no jornalismo uma maneira de ampliar e divulgar seus conhecimentos.

De certa forma, pode-se dizer que um jornalista especializado em cultura é um privilegiado na profissão. Além de estar apto a fazer o factual, assim como seus companheiros de universidade, também é capaz de fazer matérias com mais propriedade sobre outros temas, já que o contato com a cultura dá um maior embasamento de vida devido às discussões ideológicas e filosóficas que acompanham o mundo do entretenimento.

Esta relação de um jornalista criar outros produtos reforça uma tendência moderna da indústria cultural, onde a mídia tem um papel fundamental. As empresas não lançam mais produtos e sim marcas. Um filme, um livro ou uma banda podem se transformar em diversos produtos e criar uma rede milionária de marketing cultural.

O jornalismo cultural surgiu com uma tendência contemporânea dos jornais impressos criarem segmentações com cadernos específicos devido à necessidade de agradar mais aos leitores prestando um serviço personalizado. Assim, o jornal é dividido em cadernos de esporte, cultura, economia, turismo, classificados, entre outros temas.

No jornalismo impresso, muitos veículos utilizam os cadernos culturais de maneira diferente. Alguns dão um contexto mais acadêmico com muitos textos e colaboradores intelectuais; outros são voltados para a cultura de massa criando um culto às celebridades do entretenimento e até os que simplesmente montam um caderno com matérias de agências de notícias, dando um tratamento secundário à cultura.

De uma maneira geral, o jornalismo cultural é dividido em três gêneros:

- Interpretativo – tem como principais instrumentos as crônicas, cartuns, charges e histórias em quadrinhos. Através da metáfora, o autor pode criar outros sentidos ao que aparenta o texto ou a imagem;
- Informativo – são textos relacionados ao cotidiano, à atualidade apresentado na forma da tradicional reportagem. Também faz parte desta modalidade, os serviços que são dados informando sobre o produto ou evento;
- Opinativo – através de colunas e editoriais, os textos apresentam a opinião do veículo ou do autor.



O jornalismo cultural exige que o jornalista tenha noções básicas de história da arte, alterações nos conceitos artísticos ao longo da história, tendências culturais e relações entre filosofia, semiótica e teorias para contextualizar as pautas.

Sobre as relações entre mercado e cultura, Muniz Sodré aponta "...não existe produto cultural independente de uma demanda social gerida por um mercado". Pelo ponto de vista da internet, esse referencial não existe mais.

Na web, estão disponibilizados músicas, desenhos e textos que, talvez, tenham sido conhecidos somente por seus autores e alguns amigos. A internet é o verdadeiro veículo democrático, cujo conteúdo é totalmente independente de tendências de mercado ou da capacidade comercial.

3. Revista Galileu

A primeira revista de divulgação científica foi fundada na França, em 1662. Antes disso, na Grécia Antiga, os cientistas utilizavam outras formas de comunicação, como academias, cartas e a linguagem oral. Hoje, além das revistas científicas especializadas, existem aquelas que buscam popularizar a ciência, tornando-a mais acessível.

As Organizações Globo abordam em diversos gêneros em seus veículos de comunicação, inclusive a ciência. A revista Globo Ciência nasceu com este nome e como projeto editorial aproveitando o lastro de público que o programa de TV já havia conquistado e levava o mesmo nome. Segundo Luiz Fernando Fruet, diretor de redação, há 8 anos quando a revista foi planejada, era um momento em que o tema Ciências estava em efervescência e os grandes jornais diários dedicavam páginas especiais ou suplementos sobre o assunto. A dedicação de espaço diferenciado a temas científicos continua concentrada na imprensa dos grandes centros urbanos e o número de revistas dedicadas ao tema pouco se alterou neste período, lembra o diretor. O que não é coerente com o interesse crescente e fidelidade demonstrados pelos leitores.

Lançada em agosto de 1991, a revista seguia uma linha mais científica que a atual, tendo Antônio Carlos de Godoy como diretor editorial e Luiz Fruet como diretor de redação. A Editora Globo, após meses de pesquisas, optou por mudar o nome da revista *Globo Ciência*, que seguia um perfil editorial semelhante ao programa de televisão de mesmo nome. O magazine passou a se chamar *Galileu* em setembro de 1998, por estratégia de marketing e a possibilidade de uma ampliação do leque de temas tratados (reais motivos da mudança de nome). A edição de n.º 85 da *Globo Ciência*



(8/98) marcou tanto a entrada de oito anos de existência, como também o encerramento do período de vida da revista. No próximo mês, nasceria a *Galileu*, a nova versão da velha revista. *Galileu* também tinha como função divulgar a ciência, porém, para um público mais leigo.

Nestes cinco anos de nova roupagem, as edições de *Galileu* abrangeram diversos assuntos, como os de interesse cotidiano, situações sociais e assuntos polêmicos, como religião e clonagem humana.

Em junho de 2004 a Revista Galileu passou por uma nova reformulação gráfica e de conteúdo, visando abordar um conceito freqüente na revista a evolução. O compromisso da revista continua sendo transmitir informação, educação e cultura de forma ética e confiável. O grande diferencial desta mudança fica no foco dado ao relacionamento com o leitor na internet, visto que a revista afirma que o conteúdo online passa de 1Gb de informação.

3.1. Concorrente

Galileu não é única neste segmento, competindo principalmente com a *Superinteressante*, da Editora Abril e com a *Scientific American Brasil*, da Editora Duetto. As duas primeiras visam o mesmo público, tendo sucesso compatível, publicando assuntos notáveis e atuais. Apesar da aparente igualdade, existem ainda diferenças substanciais, que só um olhar mais apurado e a procura da informação desejada permitem perceber. A sutil, porém determinante diferença entre as publicações é a importância dada aos conteúdos publicados e sua profundidade. A *Galileu* dedica mais páginas para explanação do assunto, mais ilustrações e mais embasamento científico. Há também mais profundidade e declarações de institutos e profissionais da área, implicações políticas e econômicas, porém, mais parcialidade, bem como assuntos de pouca ou nenhuma comprovação. A matéria-prima das revistas especializadas é, para Álfio Beccari (ex-redator chefe da revista), a mesma com que a grande imprensa e as revistas semanais se nutrem. O diferencial é o aprofundamento científico e a abordagem. “A *Galileu* tem a pretensão de ir mais fundo em qualquer tema que aborde, esgotar todas as questões e dar melhor o assunto que qualquer outra, para atender seu leitor, que tem o perfil de alguém sedento de informação científica”. Já na *Super*, predomina o texto dissertativo, mais imparcial, com menos declarações de profissionais.

3.2. Sucesso entre estudantes



Mesmo que o assunto não seja ligado diretamente à ciência, a *Galileu* procura abordar temas diversos e se esforça em prender a atenção de seu leitor. A revista até lançou concursos entre estudantes, como a edição de capa de junho/99, "Prêmio Jovem cientista do futuro" com linguagem simples e atraente.

Outra prova do uso por estudantes, estimulando o senso crítico e a procura de conhecimento sobre ciência, são as declarações encontradas na seção Correio, onde alunos do ensino fundamental e médio enviam cartas à redação da revista para comentar debates resultantes de reportagens ou mesmo sugestão de temas.

4. Características do Veículo

4.1. Dados de Mercado

Desde seu lançamento, a revista só cresceu, hoje chega a 175 mil exemplares mensais. Em agosto de 1991, saiu a primeira edição com 80 mil exemplares. Seu público alvo de então era o adulto, universitário, e a faixa econômica situava-se entre A e B, com predominância na B. E a revista tinha pela frente a missão de enfrentar a concorrência direta da Superinteressante, já na época com o dobro de tiragem e com um nome “absolutamente feliz e consolidado”, nas palavras de Fruet. Desde seu início, sua característica de elevada venda por assinatura mais de 80%- se manteve. O aspecto editorial que a diferencia da concorrente, de predominância da reportagem e material nacional, também é o mesmo. Fruet assinala que 70% da pauta de cada edição é centrada em material de produção local. ‘Acreditamos no potencial de pesquisa de qualidade realizada no país e nossas matérias espelham isto’. O perfil do leitor mudou e no decorrer destes 8 anos de vida da revista. A faixa etária baixou. Hoje, a maioria dos leitores tem entre 15 e 30 anos, e grande parte do público de mais idade compra a revista para os filhos. A temática da revista Galileu não se alterou, mas com um novo formato de 20,2 cm X 26,6 cm, diferencia-se da concorrente e possibilita o uso de maiores recursos visuais. Agregaram-se outros assuntos como comportamento, viagem, natureza e informática, com foco no usuário doméstico. As mudanças levaram em conta pesquisas realizadas junto aos leitores.

4.2. Perfil Editorial

Suas reportagens aprofundam e traduzem, para todas as idades, as conquistas da ciência e da tecnologia. **GALILEU** sacia a curiosidade de quem quer saber mais sobre



todas as coisas. Todo mês, o leitor encontra artigos e reportagens sobre natureza, ambiente, história, saúde, informática, os segredos do universo, cultura, arte e muito mais.

4.3. Perfil do Público Leitor

Público-alvo: Ambos os Sexos, classes A/B, 15 e + anos

Público qualificado, com ótimo nível de escolaridade, que gosta de estar bem informado sobre tudo, e que se interessa por temas como tecnologia, meio ambiente, história, descobertas da ciência e curiosidades.

4.4. Temática

Nascido de uma necessidade pós-guerra de aproximar a ciência do público leigo, o jornalismo científico ocupa um espaço crescente no mercado editorial. Flávio Dieguez, editor-chefe de “Superinteressante” durante 13 dos 14 anos da revista, explica que “desde a década de 70, a importância da ciência e da tecnologia para a economia ficou muito grande”.

Professor do curso de Jornalismo Científico na Cásper Líbero, Dieguez acredita que a demanda por informações científicas foi importante para o desenvolvimento dessa área. Começou-se a noticiar os avanços da ciência agrícola para aumentar a produção de alimentos, as descobertas tecnológicas para facilitar a vida das pessoas bem como os avanços da medicina para prolongar a vida e curar doenças.

A revista *Galileu*, que completou seu quinto ano, é a responsável por difundir a ciência de maneira mais agradável, tendo apresenta um perfil mais didático, buscando atingir leitores em idade escolar.. Com seus 175 mil exemplares distribuídos mensalmente, o veículo é buscado por leitores interessados por ciência, com destaque para os estudantes. Sua temática abrange temas como religião e curiosidades e que fogem às ciências, mas sempre buscando analisar sob um ponto de vista científico. Além de mais ilustrada, apresenta um conteúdo editorial mais amplo do que a antiga revista.

Entre as especificidades deste segmento do jornalismo, além de bastante infográfico (quadros, fotos, ilustrações) está o uso de metáforas, recurso recorrente para tentar aproximar a ciência das pessoas. “É impossível escrever sobre ciência sem usar



metáfora. O jornalista tem de traduzir as informações para o público leigo. Ele reproduz o discurso científico com outras palavras”, explica o ex-editor da “Super”.

Embora acredite que o mercado do jornalismo científico no Brasil está crescendo, Dieguez acha que talvez haja pouco interesse por parte da indústria editorial. “A verdade é que há uma demanda relativamente grande pelo noticiário científico e uma oferta pequena”, lamenta.

Mesmo assim, ele vê boas perspectivas para este segmento. Acredita que a cobertura da ciência brasileira pode e deve crescer. “Também é preciso notar que, apesar de poder crescer, o noticiário brasileiro sempre será menor que o internacional, em vista de a própria participação científica do país ser ainda pequena, embora crescente, em relação aos países ricos”, lembra. Senne, da “Galileu” vai além: “Infelizmente o Brasil não tem mentalidade de pesquisa e a divulgação científica é precária por causa disso. Na Galileu, nos baseamos em revistas importadas e *releases* de institutos estrangeiros”.

Em um ponto, todos jornalistas concordam plenamente: a população precisa ter mais acesso às informações sobre ciência e tecnologia. “Os brasileiros têm de saber o que está acontecendo no campo desses grandes temas, tanto quanto sobre economia e política. É preciso corrigir isso porque a população está ficando rapidamente desinformada”, conclui Dieguez.

5. Planejamento Gráfico

5.1. Planejamento Editorial Anterior

O visual da revista como um todo era moderno, porém sóbrio, buscando mesclar de maneira consciente texto e imagem, com box de destaque para assuntos correlatos e que complementavam as matérias. De certa forma o visual pode ser considerado “clean”, com cores sóbrias e arejadas.

5.2. Matérias em destaque

Compõem a maior parte da revista, com espaço e temáticas variáveis. Abordam, no geral, temas como Meio Ambiente, História, Tecnologia, Tendência, Arqueologia, Saúde, Biologia, Comportamento, Psicologia, Astronomia, dentre outros. As matérias são amplamente ilustradas, sempre assinada por um jornalista. Abordam os assuntos de maneira seria e com maior profundidade, contendo fontes de informação e pesquisa, orientando o leitor para um maior aprofundamento sobre o assunto. As matérias são

compostas de um texto central e de textos adjuvantes, normalmente salientando exemplos ou informações adicionais. São amplamente ilustradas, com gráficos e fotos adicionais, em uma diagramação despojada.

Salientando a política editorial da publicação em fornecer matérias de alto conteúdo informativo, de maneira agradável, a parte de destaque contém ainda duas seções fixa, porém de conteúdo variável:

Entrevista: matéria composta de texto que contextualiza a personalidade a ser entrevistada, assinada sempre por um repórter da revista. A entrevista ocupa a maior parte da matéria, que sempre vem ilustrada com foto do entrevistado e imagens relacionadas ao tema abordado.

Dossiê: matéria baseada em tema, amplamente pesquisado, abordando sempre diversas faces do mesmo assunto, assinada por um repórter da revista. São várias mini-matérias que compõem, como o nome diz, um pequeno dossiê sobre o tema abordado. São indicadas na matéria as fontes de informação, muitas vezes com a contribuição de pesquisadores das universidades, bem como fontes de pesquisa, para o aprofundamento posterior do tema, trazendo a bibliografia disponível sobre o tema. Amplamente ilustrada, a seção tem um tratamento visual diferenciado, destacando-se do resto da revista.

5.3. Seções Fixas

São habitualmente 10 seções que compõem a revista, com espaço e temáticas fixas. Tem, no geral, um caráter informativo, porém, com pouco aprofundamento sobre as temáticas abordadas. Seguindo a proposta da publicação, as seções são vastamente ilustradas, como diagramação despojada, sem, no entanto, desprivilegiar a legibilidade do texto.

Em Dia: A seção trás artigos curtos, sobre temas curiosos, baseados em pesquisas recentes. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração e não é assinado.

Sem Dúvida: Espaço para a publicação de perguntas formuladas pelos leitores. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, contém a fonte de onde a informação para responder ao questionamento foi baseado e não é assinado.

Click: Matéria de página dupla, formando um pôster. Contém um pequeno texto informativo e uma grande imagem, que toma praticamente as duas páginas. Os assuntos são retirados de agências internacionais de notícia.



Bits: A seção é de página dupla, onde a reportagem principal é assinada por Marília Juste. Trás artigos sobre os principais lançamentos tecnológicos e da informática. Os textos não têm assinatura ou fonte de informação e não necessariamente são ilustrados.

Seu Futuro: Espaço de página dupla, com assuntos relacionados a engenharia, medicina e outros temas que enfoquem os avanços que estão sendo implantados na sociedade. A reportagem principal é assinada por Marília Juste e contém fonte de informação e outras fontes para pesquisa do assunto. A seção conta ainda com mais uma matéria secundária, que não é assinada e não contém fonte. Todos os artigos são ilustrados.

Eureka: A seção trás um personagem histórico e conta como descobriu ou encontrou solução matemática, baseado em lógica ou filosofia, demonstrando a quebra de paradigma ou a formulação teórica descobertas por esta personalidade. A matéria sempre é ilustrada com uma caricatura do personagem tema e é assinada por Carmem Kawano. Trás ainda um exemplo do problema levantado e de sua solução.

Programe-se: Seção assinada por Fernanda Colavitti, aborda temas de interesse científico que estarão acontecendo ou pautando a programação de outras mídias. É composta de pequenos artigos ilustrados sobre diversos temas, contendo a indicação de onde poderão ser vistos ao final.

Livros: Espaço de página dupla, para a divulgação de livros, que procura mesclar os temas, dando sempre preferência para ciência e tecnologia, aí incluída as ciências humanas. Romances, por exemplo, não são publicados, pois Galileu não é uma revista literária, explica Luiz Francisco Alves Senne, Secretário de Produção da Galileu. A publicação de perguntas formuladas pelos leitores. Cada artigo é acompanhado da capa do livro, autor da obra, editora (localidade e telefone), número de páginas e preço de venda. São sempre sete os livros divulgados, sendo que o artigo principal é assinado por Giovanna Girardi e Fernanda Colavitti, contendo informações sobre a obra e autor, bem como uma contextualização da obra. Os demais livros contêm uma pequena resenha.

Correio: Espaço para a publicação de cartas e e-mails dos leitores, comentando matérias, solicitando temas, elogiando ou ainda criticando a revista. Os comentários contêm sempre o nome do leitor e sua localidade, ou ainda o indicativo de que foi recebido por e-mail. Trás ainda a pesquisa do mês e o resultado da pesquisa do mês anterior, realizado pelo site; além da errata.

Idéias: A seção apresenta um artigo, de formulação externa a revista, com temas relacionados a ciência. O artigo é assinado por um pesquisador e não representam



necessariamente a opinião da revista sobre o assunto abordado. A seção ocupa sempre a última página da revista e contém a foto do articulista, bem como um breve curriculum do autor.

5.4. Planejamento Editorial Atual

O novo visual da revista passou a ser mais psicodélico, com cores fortes, utilização massiva de imagens e subdivisões dentro da mesma seção. De maneira geral o visual passou a ser “hard”, com cores pesadas e uso excessivo de texturas e imagens no fundo das matérias, por vezes dificultando a visibilidade do conteúdo.

5.5. Matérias em destaque

Permanecem compondo a maior parte da revista, com espaço e temáticas variáveis. Abordam, no geral, temas como Meio Ambiente, História, Tecnologia, Tendência, Arqueologia, Saúde, Biologia, Comportamento, Psicologia, Astronomia, dentre outros. As matérias são amplamente ilustradas, sempre assinada por um jornalista. O tipo de abordagem passou a ser mais descontraída, com a inserção do “mascote Galileu” que entra nas matérias para fornecer dados complementares ou mesmo indicar conteúdo online sobre a matéria. É importante ressaltar o conteúdo online que a revista esta se propondo a fornecer nesta reformulação editorial é um dos pontos mais interessantes, pois pretende integrar leitor e internauta, visto que grande parte do conteúdo não esta mais nas paginas impressas e sim no site da revista. Segundo o Diretor de Redação da Galileu, André Jalonetsky, “Passamos a tratar o conhecimento com uma forte dose de prazer. Abusamos de fotos e ilustrações, nossas matérias passam a ter um forte apelo visual, aguçando sua curiosidade e tornando a leitura da GALILEU muito mais intuitiva e fácil de absorver”.

A temática se propõe mais moderna e polemica, com assuntos curiosos e instigantes, que tenham relação direta com a realidade. Abordam os assuntos de maneira seria e com maior profundidade, contendo fontes de informação e pesquisa, orientando o leitor para um maior aprofundamento sobre o assunto. As matérias são compostas de um texto central e de textos adjuvantes, normalmente salientando exemplos ou informações adicionais. São amplamente ilustradas, com gráficos e fotos adicionais, em uma diagramação despojada.

5.6. Seções Fixas



São atualmente 17 seções que compõem a revista, com espaço e temáticas fixas. Tem, no geral, um caráter informativo, porém, com pouco aprofundamento sobre as temáticas abordadas. Seguindo a proposta da publicação, as seções são vastamente ilustradas, como diagramação despojada, dentro dos novos padrões gráficos adotados pela publicação. Vale notar que algumas destas seções ganharam o sufixo “enter” que indicam matérias contendo novidades e curiosidades sobre medicina, espaço, religião, bizarro, dentro outros assuntos. A terminologia inclusive remete ao termo utilizado em informática, mais uma vez integrando paginas impressas e computador.

Agenda: A seção os principais eventos do mês, relacionados a ciência e cultura. O formato é de uma página em forma de calendário, com texto e algumas ilustrações sobre os acontecimentos.

Cosmos: Espaço de página dupla para a publicação de curiosidades sobre assuntos relacionados ao espaço, planetas e viagens espaciais. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo é assinado por Pablo Nogueira.

Vida: Matéria de página dupla, com a publicação de assuntos relacionados a saúde, comportamento e psicologia. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo é assinado por Fernanda Colavitti.

Lab: A seção é de página dupla, onde as matérias abordam a ciência em si, com assuntos sobre biologia, física, química, teorias, experimentos, cientistas entre outros. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo é assinado por Rafael Garcia.

Religião: Espaço de página dupla, com assuntos relacionados a fé, mistérios religiosos e crenças. A abordagem tem um cunho mais científico, trazendo assuntos relacionados a atualidade e a temas polêmicos. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo não é assinado.

Máquina do Tempo: A seção é de página dupla, onde as matérias abordam a história, arqueologia, mitos, paleontologia e outros assuntos de cunho histórico-científico. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo é assinado por Rafael Garcia.

Eco: Seção assinada por Cristina Amorim, aborda temas de interesse científico sobre terra, flora e fauna, com ênfase na tecnologia e modernidade e seus impactos no ambiente.

Tech: Espaço de página dupla, para a divulgação tecnologia, Internet, serviços, hardware, vida digital e outros assuntos relacionados aos avanços tecnológicos. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo assinado por Camila Artoni.



Cult: Espaço dedicado a divulgação de conteúdo cultural, com a publicação de uma lista dos livros do mês (relacionados a ciências de um modo geral) além de um livro em destaque, com imagem da capa e pequena sinopse do livro. Aborda também lançamentos no cinema, dvd, música e cds. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo assinado por Marília Juste.

Bizarro: Espaço para a publicação curiosidades em geral, etilo de vida, coisas insólitas, e ciência dita maluca. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, e o conteúdo assinado por Camila Artoni.

Por dentro: Espaço para a publicação de artigos demonstrando como as coisas acontecem ou como são feitas. Os artigos são extremamente ilustrados e não são assinados.

Os 10 +: Espaço para a publicação curiosidades que marcam ou pela repercução histórica, pelo seu ineditismo, por sua ousadia ou mesmo por sua beleza. Trás a indicação de 10 elementos sobre o mesmo assunto com ilustração e pequeno texto. A coluna é assinada por Cristina Amorim.

Consumo: Seção assinada por Camila Artoni, trás a divulgação de novidades tecnologias, sendo um espaço para a divulgação de lançamentos tecnológicos que vão deste relógios, celulares, mochilas, até laptops e softwares.

Sem dúvida: Espaço para a publicação de perguntas formuladas pelos leitores. Cada artigo é acompanhado de foto ou ilustração, contém a fonte de onde a informação para responder ao questionamento foi baseado. A seção é assinada por Bruno Vieira Feijó.

Eureca: : A seção trás um personagem histórico e conta como descobriu ou encontrou solução matemática, baseado em lógica ou filosofia, demonstrando a quebra de paradigma ou a formulação teórica descobertas por esta personalidade. A matéria sempre é ilustrada com uma caricatura do personagem tema e trás um quis para interação do leitor. A seção é assinada por Carmem Kawano.

Cartas: Espaço para a publicação de cartas e emails dos leitores, comentando matérias, solicitando temas, elogiando ou ainda criticando a revista. Os comentários contem sempre o nome do leitor e sua localidade, ou ainda o indicativo de que foi recebido por email. Trás ainda a pesquisa do mês e o resultado da pesquisa do mês anterior, realizado pelo site; além da errata. A seção é assinada por Luiz Francisco A. Senne

HQ: A seção apresenta um quadrinho de uma página, sobre temas científicos.

6. Considerações Finais



Como se trata de um estudo inicial, sobretudo porque as mudanças editoriais são rescentes e o material de análise é restrito, não se pode incorrer no risco de fazer afirmações contundentes sobre a nova proposta da Revista Galileu e qual a abordagem da cultura neste no posicionamento. O que se pode verificar é que o a princípio, houve um aumento considerável do espaço destinado a assuntos de cunho cultural, em relação ao posicionamento editorial anterior, mais centrado em questões científicas. No entanto, é importante salientar que o conteúdo, de uma forma geral, sofre uma grande esvaziamento, primando pela quantidade de informação e não pela qualidade e profundidade. A seção de livros é uma que merece destaque para evidenciar esta mudança. Antes ocupava uma seção distinta, trazendo a divulgação de 7 livros, sendo um em destaque com resenha e outros 6 com imagem da capa e pequena sinopse. Hoje os livros encontram-se na seção “cult”, em meio a outros eventos culturais, com destaque de os 10 livros do mesmo, apenas com a citação escrita de nome da obra, autor, editora, número de páginas, preço e telefone da editora; e um livro em destaque com a imagem da capa e pequena sinopse. Do ponto de vista de conteúdo, pode-se dizer que os livros perderam espaço dentro da publicação, mesmo porque a nova organização gráfica da revista deixa tudo muito perdido e confuso.

De um modo geral a Revista Galileu está se aproximando cada vez mais de sua concorrente Superinteressante, e, de certa forma, se distanciando do que seria realmente jornalismo científico, no estilo da Scientific American. Com esta mudança, a cultura passa a ser uma temática importante, pois trás a revista ares de maior comprometimento com a realidade e com a atualidade, além do caráter intelectual poder ser mantido. Neste caso, sem querer incorrer em afirmações precipitadas, pode-se dizer que a publicação utiliza-se de assuntos culturais para ganhar prestígio, demonstrando o relacionamento intrínseco entre cultura e ciência. Porém, no tocante a teoria, o que se apresenta não é jornalismo cultural e sim um pseudo-jornalismo cultural, já que se utilizado do gênero informativo e não do gênero opinativo característico do jornalismo cultural.

Há indícios na forma com que os assuntos culturais são abordados, de que aparecem muito mais como ferramenta de marketing, tanto da indústria editorial, fonográfica e cinematográfica; do que como fonte de informação e divulgação cultural. Este ponto também é evidenciado nas novas seções que divulgam lançamentos tecnológicos.

Desta forma o presente estudo se propôs apenas a apontar como o jornalismo cultural aparece dentro de um veículo científico. Em meio a pesquisa ocorreu a



mudança editorial do veículo que proporcionou um novo olhar sobre o posicionamento da revista, que merece um aprofundamento maior com a solidificação das mudanças implantadas. Este trabalho termina por ser um olhar sobre tempos de mudanças em um veículo, poderá servir de base para uma análise mais acurada no futuro. Por hora, tende a levantar indícios de que o jornalismo cultural nesta revista tem ares de propaganda e não de jornalismo cultural, que serve de espaço para publicizar idéias autorais, produzidas pela intelectualidade que tem como palco os veículos de comunicação de massa.

Referências Bibliográficas

ADEODATO, Sérgio. **O conceito de jornalismo científico: teoria e prática**. Rio de Janeiro, 1987. (Relatório de pesquisa)

ANUÁRIO DE MÍDIA 2004. Editora Meio & Mensagem, 2004.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo Científico no Brasil: aspectos teóricos e práticos**. São Paulo, CJE/ECA/USP, 1988.

JORNAL MEIO & MENSAGEM. Inter-meios. 05/04/04 (pág. 30-31)

GALILEU. Revista Galileu nº 153, 154, 155, 156 / 2004

MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis : Vozes, 1985.

MÍDIA DADOS. São Paulo: Grupo de Mídia (2003)

NOGUEIRA, Márcia Teixeira; NERI, Flávia de Sena e VIEIRA, Eliane Cristina Araújo. **Identificação e classificação de gêneros jornalísticos**. Publicado nos anais do II Congresso Internacional da Associação Brasileira de Linguística (ABRALIN). Fortaleza: Anais, 2001.

REIMÃO, Sandra (coord.). **Livros em revistas : um estudo sobre a seção de livros em revistas brasileiras de grandes tiragens**. São Paulo: Salesiana Dom Bosco, 1996.

REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro**. São Paulo: FAPESP, 1996.

<http://revistagalileu.globo.com/Galileu/0,6993,1710,00.html> acessado em 06/04/2004