

Revista Anauê¹

Cynthia da Silva PINHEIRO²
José Ivo de Aguiar dos SANTOS³
Mayana de Almeida ROCHA⁴
Huylame Affonso Tavares BRUCE⁵
Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES⁶

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

A Amazônia detém a maior população indígena do país, com 60% dos índios brasileiros vivendo na região. Sua população não índia é formada em grande maioria de descendentes de indígenas miscigenados, principalmente, com portugueses, espanhóis, nordestinos. A revista “Anauê” é uma publicação desenvolvida com o objetivo de renovar o olhar do leitor sobre a realidade em que vivem os índios da região amazônica atualmente. A revista é direcionada aos acadêmicos, principalmente os da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

PALAVRAS-CHAVE: Amazônia; índios; revista impressa.

1. INTRODUÇÃO

A revista “Anauê” foi elaborada e produzida como trabalho experimental no âmbito da disciplina Comunicação no Amazonas e na Amazônia do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). A “Anauê” mostra como vivem atualmente os indígenas no Amazonas, englobando aspectos culturais – artesanato, cinema e música -, medicinais – dst’s - e sociais – relação com a Igreja Católica, em suma, como o indígena está hoje inserido na sociedade amazônica.

Acredita-se que a Anauê em revista **adéqua-se à modalidade Revista impressa avulsa**, da categoria **Jornalismo**, prevista do regulamento do XIX Prêmio Expocom 2012 (Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação). Isso porque se propõe a ser um veículo de comunicação jornalístico periódico (semanal) e cujos textos procuram “praticar um jornalismo de maior profundidade. Mais interpretativo e documental que o jornal, o

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: cynthiablinc@hotmail.com

³ Estudante do 4º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: ivodeaguiar@hotmail.com

⁴ Estudante do 4º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: mayanarocha19@hotmail.com

⁵ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: huylame.bruce@gmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: allan_soljenitsin@yahoo.com.br

rádio e a TV; e não tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem” (BOAS, p.9, 1996). A “Anauê” em revista tem uma proposta **inovadora e experimental** de abordar a temática indígena na Amazônia, tendo por público-alvo os acadêmicos e professores da Ufam.

2. OBJETIVO

A revista “Anauê” tem como objetivo geral abordar de maneira ampla e diferenciada os diversos aspectos referentes à proposta editorial da revista. A partir deste objetivo geral estabelecemos os seguintes objetivos específicos:

- Abordar o relacionamento entre os índios e a Igreja católica;
- Refletir sobre a definição do que é ser índio hoje;
- Mostrar uma das mais importantes manifestações artísticas indígenas, o artesanato;
- Refletir sobre a saúde indígena, enfocando as dst's e o uso das plantas medicinais;
- Mostrar como a sociedade brasileira identifica e enxerga o indígena;
- Apresentar pontos turísticos manauaras voltados para a cultura indígena.

3. JUSTIFICATIVA

Três milhões parece um cálculo aceitável para o total de índios que viviam na Amazônia pré-colombiana. Na atualidade, os grupos sobreviventes mostram uma tendência ao aumento populacional. Estima-se que hoje 160 mil ameríndios habitem a região amazônica, 60% dos 270 mil indígenas recenseados no País. Contam-se 206 sociedades indígenas no Brasil, 162 delas na Amazônia.

A população indígena da Amazônia fala 150 línguas diferentes, divididas em 12 famílias linguísticas (o que não significa inteligibilidade mútua entre falantes de línguas de uma mesma família). É costume dizer que a identidade brasileira é linguística, isto é, que a língua portuguesa une o País. No entanto, até o século XVIII, o tupi-guarani sobrepujava o português dos colonizadores, principalmente com referência às coisas do dia-a-dia. Essa base aborígine se conserva em grande parte do interior do Brasil. Por exemplo, a mandioca é cultivada e sua farinha preparada pelos mesmos processos no interior de São Paulo, de Minas Gerais, de Santa Catarina, de Mato Grosso, dos Estados do Nordeste e em toda a área amazônica. As armadilhas de pesca e as canoas feitas de troncos escavados (ubás) também são exemplos dessa herança. A rica culinária brasileira apresenta técnica de cozimento,

combinações de temperos, pratos e bebidas totalmente indígenas: beiju, chibé (jacuba), tapioca, paçoca de carne ou peixe, moqueca, pirão e tucupí são exemplos conhecidos.

A maior contribuição dos brasileiros nativos ao resto do mundo foi a domesticação e uso de plantas da exuberante flora tropical. Muitos medicamentos para provocar o relaxamento muscular e combater doenças como a esclerose múltipla e o mal de Parkinson têm como princípio ativo um alcalóide encontrado no curare, veneno violento extraído da casca de cipós, como o *Chondodendron tomentosum*, que os indígenas colocavam na ponta de suas flechas. A seringueira (árvore-da-borracha) é a espécie domesticada pelos índios mais conhecida internacionalmente.

Antropólogos, indianistas, médicos e organizações internacionais têm alertado a opinião pública sobre a penosa situação dos remanescentes indígenas brasileiros. O Conselho Indigenista Missionário, ligado à Igreja Católica; a Comissão Pró-Índio, a Associação Brasileira de Antropologia e outras agremiações pressionam constantemente a FUNAI (Fundação Nacional do Índio) para que cumpra suas finalidades de defesa e assistência aos indígenas. A demarcação de terras indígenas é o ponto mais polêmico da questão. Na Amazônia, 95 mil índios vivem em 216 áreas oficialmente registradas e controladas pela FUNAI, somando 55,2 milhões de hectares. Isso representa cerca de 10% do território amazônico.

Diante deste quadro, o papel do jornalismo, cujo princípio histórico justificador é o ideal iluminista de esclarecer os cidadãos (MORETZSOHN, 2007), torna-se essencial para que a sociedade chamada envolvente possa conhecer melhor os índios, seus modos de vida e os desafios que enfrentam para manter sua identidade cultural. Na medida em que o jornalismo busca na ciência os enunciados que podem enriquecer a formulação de seu discurso a respeito de temas como a questão indígena, ele tem potencial para voltar-se para um papel esclarecedor, educador e informacional (SOUSA, 2000). A revista “Anauê” foi produzida com a proposta **inovadora e experimental** de contribuir para aumentar o conhecimento das pessoas sobre a vida dos índios de uma maneira ampla e diferenciada.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na concepção e produção da “Anauê”, utilizamos o encaminhamento de Silva (1985) quanto à necessidade de se estabelecer uma linha gráfico-editorial para os produtos jornalísticos impressos. O discurso gráfico tem como objetivo ordenar a percepção dos leitores e dar-lhes ‘fio da leitura’:

O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso ele possui uma qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então há pelo menos duas leituras: uma gráfica e outra textual. (PRADO apud COLLARO, 1996, p.34)

Já o discurso editorial ou a linha editorial constitui-se como a política predeterminada pela direção do veículo de comunicação ou pela diretoria da empresa que determina a lógica pela qual a empresa jornalística enxerga o mundo (SILVA, 1985). Ela indica também seus valores, aponta seus paradigmas e influencia decisivamente na construção de sua mensagem. A linha editorial da “Anauê” orientou o modo como cada texto foi redigido, definiu quais termos puderam ou não ser usados, quais deveriam ser usados, e qual a hierarquia que cada tema teve na edição final.

Em relação à linha editorial da “Anauê”, ela foi definida tendo como referência o que afirma Erbolato (1991) sobre o fato dos meios eletrônicos terem obrigado os veículos impressos a dar aos leitores o complemento do que foi ouvido no rádio, visto na TV e lido na internet por meio de conteúdos jornalísticos interpretativos e analíticos. Logo, ao invés de tratar do factual a “Anauê” se volta para o aprofundamento dos fatos. **Com intuito de inovar e experimentar novos formatos**, a revista foi pensada de forma a tratar em suas 34 páginas vários enfoques de um mesmo assunto na busca de oferecer ao leitor um quadro mais completo das questões relacionadas aos povos indígenas na Amazônia. Como afirmam Leandro e Medina (1973):

O jornalismo interpretativo é realmente o esforço de determinar o sentido de um fato, através da rede de forças que atuam nele – não a atitude de valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz no jornalismo opinativo. (p.16)

A origem dos temas abordados na “Anauê” foram a vida, os costumes e os desafios dos índios, no entanto, a sua cobertura procura ir além das tradicionais questões levantadas nos *leads* (quem, que, onde, quando, porque e como). Seguimos a orientação de Leandro e Medina (1973) para dar corpo a uma cobertura interpretativa, ou seja, usamos três direções: 1) articular o fato nuclear, outros fatos que o situam no presente e num espaço conjunturais; 2) a valorização do humano no fato jornalístico, no sentido de fazer com que a reportagem faça o público viver a história como ele próprio fosse um protagonista; e 3) uma aproximação da informação jornalística com a informação científica. Em resumo, as

edições da “Anauê” sempre buscam o aprofundamento, os antecedentes (temporais, espaciais e do fato), contextualização e humanização.

Sobre a definição do discurso gráfico ou projeto gráfico, partimos do princípio de que ele possui uma linguagem específica e uma rede de significações (CRAIG, 1987). Para que conteúdo e forma caminhassem juntos, com objetivo da peça final traduzir exatamente a consciência do seu valor informacional e estético, é necessário levar em consideração as seguintes questões no ato da diagramação (COLLARO, 1996): a) as ideias que as palavras deveriam representar; b) os elementos gráficos a serem usados; c) a importância relativa das ideias e dos elementos gráficos; e c) a ordem de apresentação. Para dar respostas a estes questionamentos levamos em conta o tipo de mensagem a ser veiculada (conteúdo jornalístico), os consumidores da mensagem (público alvo: alunos, professores e técnicos administrativos da Ufam) e o grau de interesse que a mensagem pretendia proporcionar (estratégias editoriais para chamar a atenção do público).

O ponto de partida para confecção do projeto gráfico deu-se com o planejamento. Nesta fase, como afirma Collaro (1996), é necessário fazer e responder a algumas perguntas: Quem é o público alvo? Qual a mensagem que se quer passar? Qual o formato: livro, revista, jornal, standard, tablóide, etc.; O que se viu nos concorrentes? Qual a ligação com outras publicações? Nossas respostas foram: o público alvo é a comunidade universitária da Ufam, a mensagem que queremos passar é a de um jornalismo interpretativo capaz de dar elementos aos leitores para formar opinião acerca dos temas tratados, o formato escolhido o de revista, a “Anauê” oferece o diferencial de buscar a interpretação dos fatos enquanto os concorrentes investem num conteúdo mais factual e detectamos uma ligação da revista com outras publicações voltadas para o jornalismo em profundidade.

Como dito antes, o padrão gráfico dos produtos impressos deve ter, antes de tudo, um fundamento filosófico, que será aliado a uma estrutura gráfico-editorial. Esta padronização representará para o leitor a imagem da revista, com embalagem e conteúdos eficientes (WILLIANS, 1995). No caso da “Anauê”, alunos e professores definiram seu nome e demais escolhas gráficas (cores, ilustrações e demais elementos) tendo como fundamento uma proposta de dar a publicação um caráter diferenciado das demais revistas que abordam a mesma temática. O nome da revista – Anauê - é uma referência ao vocábulo de origem tupi que servia como saudação entre os indígenas e de brado. É uma palavra com conteúdo afetivo que significa: “Você é meu irmão”

Definido o fundamento filosófico que serviu de base para o discurso gráfico-editorial, partimos para a diagramação da “Anauê”. Em suas páginas, usamos o fundamento de que a visão instintivamente se desloca com rapidez em diagonal para o lado inferior oposto, a rota básica da vista se projeta do lado superior esquerdo para o lado inferior direito (HUBERT, 1987). Por isso, ao diagramarmos a revista tivemos o cuidado de preencher as zonas mortas e o centro ótico (pontos para onde a visão do leitor normalmente não se direciona imediatamente) da página com aspectos atrativos para que a leitura se tornasse ordenada. Além disso, a capa e as páginas internas possuem um ponto de apoio (marco gráfico que orienta a disposição dos elementos gráficos na página), que foram escolhidos tendo como base os critérios de: ritmo, equilíbrio, harmonia, motivo predominante, motivo secundário e motivo de ligação (CRAIG, 1987).

Os elementos gráficos utilizados na “Anauê” foram título, textos, fotos, fios tipográficos, vinhetas e espaços em branco. A disposição dos mesmos primou pelo equilíbrio, elemento chave de um design, tanto o simétrico quanto o assimétrico (SILVA, 1985). Embora o encaixe das peças obedeça a um critério pessoal (COLLARO, 1996), observamos certas, como destaque para o título (manchete), correspondente à importância da notícia, precisão no corte das fotografias, cálculo exato dos textos e senso estético. As cores predominantes no projeto gráfico também guardam relação com os fundamentos filosóficos pré-estabelecidos.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A primeira edição da “Anauê” traz como manchete uma reportagem sobre o relacionamento dos índios com a igreja no passado e no presente. O objetivo é reabrir a discussão sobre o conturbado processo de colonização portuguesa na Amazônia, que inclui não apenas a expropriação das terras dos nativos, mas também a “conquista” de almas para o império em expansão. A matéria atualiza a discussão trazendo a questão e suas consequências para o tempo presente.

A reportagem “Mas, ele é índio” tem o intuito de abordar outra polêmica em que os índios, principalmente os moradores de áreas urbanas, se vêm envolvidos: afinal, só é índio quem mora nas terras indígenas e anda sem roupas? O texto ataca a percepção de boa parte da população de que para manter a identidade indígena os índios não poderiam assimilar alguns costumes da sociedade envolvente.

A iniciativa do indigenista, Vincent Carelli, chamada Vídeo nas Aldeias é o foco de outra matéria da “Anauê”. Uma ação surgida da vontade de colocar-se a favor de projetos políticos e culturais ligados aos índios. No texto “De olho na história”, são passadas informações sobre com a cultura amazônica e a de outras partes do país foram influenciadas pelos indígenas. Também são tratados temas como o massacre desses povos, física e moralmente, e perda de conhecimentos riquíssimos e o surgimento da rejeição e do preconceito em relação a eles.

Na reportagem “Índios e DST’s”, o crescimento de doenças sexualmente transmissíveis em aldeias indígenas. Dados do Ministério da saúde geram preocupação em relação a estas doenças do “homem branco” que estão atingindo os índios. Um paralelo com o que houve na colonização da Amazônia por europeus, que dizimou milhões de indígenas da região, no século XVI, com a disseminação doenças desconhecidas pelos nativos é feito na matéria.

Fechando a revista, textos referentes a temas como saúde, internet e dicas de onde encontrar informações sobre os povos nativos da Amazônia. “A cura que vem da floresta” traz o conhecimento dos índios sobre as ervas medicinais e seus usos na medicina, e “Uma experiência internauta” problematiza a questão da identidade indígena na percepção dos internautas e, por último, o guia “Parada obrigatória” dá dicas de museus e centros culturais onde os interessados podem ampliar seus conhecimentos sobre os indígenas na região.

6. CONSIDERAÇÕES

O filósofo Jean-Jacques Rousseau afirma que na democracia a vontade da maioria tem sempre razão, mas o julgamento que a guia nem sempre está informado. A revista “Anauê” foi concebida e executada no sentido de contribuir para a diminuição da desinformação sobre a questão indígena junto à sociedade em geral. Conforme diz Traquina (2005), nesses e em outros casos a prática jornalística assumiu o conceito de serviço público, cabendo a ela fornecer aos cidadãos as informações necessárias ao exercício da cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout: Design Básico**. Tradução de Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- BOAS, Sérgio Vilas. O estilo magazine – o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.
- COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico**. São Paulo: Summus, 1996.
- CRAIG, Janes. **Produção Gráfica**. São Paulo: Nobel, 1987.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.
- FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Comunicação**. São Paulo: Edgard, 2004.
- GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia – a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003.
- HUBERT, Allan. **Layout**. São Paulo: Nobel, 1987.
- LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 7. ed. São Paulo: Editora Ática, 2004.
- MARCELI, Thatiana. **Design de jornais**: quase tudo que você precisa saber para projetar um jornal. Rio de Janeiro: Edit Impress, 2006.
- MORETZSONH, Sylvia. **Pensando contra os fatos**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- PARRON, Joaquim. **Para uma concepção analítica da educação**, 1986. Dissertação (Mestrado em educação) Pontifícia Universidade Católica do Paraná. PROJETO. Blucher, sd.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação, planejamento gráfico-visual**. São Paulo: Summus, 1985.
- SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra, Minerva, 2000.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – porque as notícias são como são**. 2ª. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995.