

Revista Gan-Eden¹

Sérgio Victor de Souza RODRIGUES²
Cynthia da Silva PINHEIRO³
Hector Muniz Santana e SILVA⁴
Huylame Affonso Tavares BRUCE⁵
Allan Soljenítsin Barreto RODRIGUES⁶

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

A Amazônia recebeu diversas correntes imigratórias e migratórias ao longo da sua história. Uma das mais significativas e com reflexos na atualidade foi a imigração de judeus para a região no final do século XIX e início do século XX. Manaus, capital do Amazonas, foi um dos principais destinos dos judeus que vieram para a floresta em busca de liberdade religiosa e oportunidades de progredir economicamente. Hoje, a comunidade judaica é uma das mais organizadas e atuantes da cidade, mas sem, no entanto, ter ainda um veículo de comunicação especializado (customizado) que atenda a seus interesses informativos. Com objetivo de suprir essa deficiência, foi produzida a revista “Gan-Eden”, cujo público alvo são os judeus e seus descendentes residentes em Manaus.

PALAVRAS-CHAVE: Judeus; Revista Customizada; Amazônia; Manaus.

1. INTRODUÇÃO

A revista “Gan-Eden” 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 “Gan-Eden” aborda a contribuição social e cultural dos judeus na Amazônia e mostra como eles e seus descendentes vivem atualmente em Manaus.

Acreditamos que a Gan-Eden em revista **adéqua-se à modalidade Revista Customizada**, da categoria **Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação**, prevista do regulamento do XIX Prêmio Expocom 2012 (Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação). Isso porque se propõe a ser um veículo de

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Revista Customizada.

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

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

⁴ Estudante do 4º. semestre do Curso de Jornalismo. E-mail: hectormunizsantana@yahoo.com.br

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

comunicação jornalístico periódico (semanal) e cujos textos procuram “praticar um jornalismo de maior profundidade. Mais interpretativo e documental que o jornal, o rádio e a TV; e não tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem” (BOAS, p.9, 1996). A “Gan-Eden” em revista tem uma proposta **inovadora e experimental** se ser um veículo impresso especializado (customizado) voltado para comunidade judaica residente em Manaus.

2. OBJETIVO

A revista “Gan-Eden” tem como objetivo oferecer um produto jornalístico customizado para um público alvo constituído pelos judeus e seus descendentes residentes em Manaus.

3. JUSTIFICATIVA

O Brasil recebeu cinco ondas de imigração judaica. A primeira ocorreu em 1630, quando Pernambuco foi tomado pelos holandeses. Nos 24 anos de dominação holandesa no Nordeste, eles fundaram a primeira colônia hebraica e a primeira sinagoga na América. Sob um governo de tolerância religiosa, os judeus chegaram a constituir 50% da população branca pernambucana nesse período.

Com a derrota dos holandeses, os judeus perderam seus negócios. Expulsos, ajudaram a fundar Nova Amsterdã, hoje Nova York. Dessa fase, sobraram apenas as ruínas da sinagoga pernambucana. A segunda leva deixou marcas mais profundas, embora não aparentes. No início do século XIX, judeus marroquinos emigraram para a Amazônia.

Eles foram atraídos pela promessa de liberdade de culto e por uma campanha publicitária internacional feita pelo governo da então província do GrãoPará. Em 1880, chegaram a Manaus. A assimilação desses sefarditas (como são chamados os judeus do norte da África) foi tamanha que, atualmente, a proporção de descendentes de judeus entre a população branca da Região Norte é a maior do país.

Uma investigação genética dos brasileiros feita pela Universidade Federal de Minas Gerais mostra que 16% da população da Amazônia que se declara branca tem algum judeu entre seus antepassados. É uma proporção muito maior do que a exibida por São Paulo, onde vivem 60% dos 120.000 judeus brasileiros, ou por Pernambuco, estado no qual essa cifra não supera 2%. A razão para haver tantos descendentes de judeus na Amazônia se

deve a uma peculiaridade. Nos primeiros anos do século XIX, praticamente só entraram no Brasil sefarditas do sexo masculino.

Os mais ricos conseguiram abrir lojas de secos e molhados em Manaus e outras cidades da região. A maioria, porém, adotou a profissão de regatão, como é conhecido o caixeiro-viajante que troca mercadorias industrializadas por produtos da floresta, como látex e peles de animais. Os regatões sefarditas só traziam a família para o Brasil ou se casavam com judias depois que acumulavam dinheiro. No meio-tempo, faziam como os portugueses: amancebavam-se com índias, caboclas e até mesmo mulheres brancas católicas.

A definição cultural de judeu não segue integralmente a genética. Só é considerado como tal quem tem mãe judia e pratica a religião judaica. Por esse motivo, a maioria dos descendentes dos regatões sefarditas não é reconhecida como parte dessa comunidade. E a própria lógica da miscigenação fez com que os laços com a cultura hebraica fossem completamente perdidos nas gerações seguintes. Muitos nem sequer sabem que descendem de judeus. Outros, ainda, se dizem judeus, mas praticam o cristianismo. Em muitos casos, o ambiente isolado da Amazônia esmoreceu a religiosidade dos imigrantes, que tinham dificuldade para praticar sua fé.

Na Amazônia, eles aconteciam com até dez anos de atraso. No início do século XX, um menino foi circuncidado aos 12 anos, porque o pai esperou que nascessem seus irmãos para ir uma vez só da floresta até Belém. O aspecto paradoxal é que, se o isolamento na floresta diluiu a religiosidade de parte dos sefarditas, ele propiciou a preservação de seu idioma, o hakitía. Hoje, a língua subsiste apenas em determinadas localidades da Amazônia e no próprio Marrocos. “A importância da floresta na manutenção do hakitía é inestimável”, diz o linguísta Mohamed El-Madkouri Maatoui, da Universidade Autônoma de Madri.

No fim do século XIX, os sefarditas enriqueceram com o ciclo da borracha. Os mais bem-sucedidos mandaram seus filhos estudar no Rio de Janeiro. Em 1890, as notícias da súbita prosperidade do Pará motivaram uma nova onda de imigração judaica. Em boa parte, ela foi financiada pelos que já estavam estabelecidos no país. A população judaica no interior do Pará crescerá, assim, exponencialmente.

O isolamento imposto aos sefarditas na Amazônia chamou a atenção de rabinos no Marrocos, no início do século XX. Para fiscalizar o cumprimento das normas religiosas pela comunidade estabelecida na floresta, Shalom Emanuel Muyal foi enviado à região, em

1908. Dois anos depois de chegar a Manaus, Muyal foi vitimado por uma doença tropical, provavelmente febre amarela.

E aqui reside um aspecto curiosíssimo do sincretismo brasileiro: depois de sua morte, sabe-se lá o motivo, ele ganhou fama de milagreiro entre os católicos locais. Muyal foi enterrado num canto do principal cemitério de Manaus (não havia cemitérios judaicos na capital amazonense naquele tempo) e sua sepultura tornou-se alvo de peregrinações. A fim de evitar que as velas acesas pelos fiéis danificassem a laje do túmulo, o rabino da sinagoga de Manaus mandou construir um muro ao seu redor.

Quando o ciclo da borracha terminou, no início do século XX, as famílias judias mais ricas de Manaus e Belém mudaram-se para o Rio de Janeiro. No entanto, muitas famílias permaneceram na capital Amazonense e prosperaram, principalmente, nas atividades de comércio constituindo uma das comunidades de imigrantes e migrantes mais numerosas da capital.

Tendo em vista que desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a uma econômica que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir os grupos que se encontram tão dissociados entre si, caso da comunidade judaica em relação aos demais habitantes de Manaus. A revista “Gan-Eden” surge como tentativa de atender a essa demanda por informações direcionadas à comunidade judaica, que se caracteriza como uma audiência de características específicas para as quais são direcionadas as revistas customizadas. A “Gan-Eden” foi produzida com a proposta **inovadora e experimental** de direcionar-se para este público específico constituído pelos judeus e seus descendentes residentes em Manaus.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na concepção e produção da “Gan-Eden”, 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 “Gan-Eden” 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 “Gan-Eden”, 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 “Gan-Eden” 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 12 páginas assuntos do interesse do seu público alvo. 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 “Gan-Eden” foram os interesses informativos comuns da comunidade judaica de Manaus. 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 “Gan-Eden” 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 “Gan-Eden” 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 especializado (customizado).

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 “Gan-Eden”, 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 – Gan-Eden – significa Jardim do Eden é uma referência a busca dos judeus por lugar melhor para viver na Amazônia.

Definido o fundamento filosófico que serviu de base para o discurso gráfico-editorial, partimos para a diagramação da “Gan-Eden”. 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 “Gan-Eden” 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 revista Gan-Eden traz em sua primeira edição reportagens sobre a saga dos judeus até chegarem à Amazônia; a vida dos imigrantes judeus na região; sobre a religiosidade judaica em Manaus com uma visita sinagoga da capital; uma crítica do livro “Eretz Amazônia” do escritor Samuel Benchimol; matéria sobre o ano novo judaico; e uma entrevista com um jovem judeu sobre como é vida de quem segue as tradições judaicas em Manaus.

6. CONSIDERAÇÕES

A produção da revista “Gan-Eden” proporcionou a equipe vivenciar um pouco da realidade da redação de uma revista especializada (customizada). A captação, redação e edição das notícias foram importantes para a fixação dos conteúdos apreendidos em sala de aula sobre a história do Amazonas e dos formatos informativos especializados. Além disso, a cidade ganhou um projeto de informativo para um público numeroso e ainda sem um veículo de comunicação que publique assuntos do seu interesse.

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 Àtica, 2004.
- MARCELLI, 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**. 2^a. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995.