



Revista Capitu (Literatura & Cultura)

Autoria:

Duane Ribeiro¹

Márcio Calafiori²

Universidade Santa Cecília — UNISANTA

Resumo:

Capitu é uma revista mensal com 108 páginas, no formato 21 cm x 26,5cm. Trata, principalmente, de literatura (ficção, não-ficção, livros teóricos, poesia) e também abrange outras esferas de arte e cultura, como cinema, música, teatro, quadrinhos. Além disso, oferece ao leitor matérias de serviço (seja ele espectador ou produtor no mundo artístico), com anúncios de eventos, cursos, concursos culturais e outras oportunidades para artistas e escritores. Seu diferencial é o foco em utilizar a arte como meio de interpretar o cotidiano, trazendo, assim, a discussão das *hard news* para dentro da cultura. Como exigência de um tempo de convergência das mídias, a revista também terá parte de seu material publicado na internet, um modo de mostrar como é o produto aos possíveis leitores e também de alcançar um público que se informa, prioritariamente, pela rede mundial de computadores.

Palavras-chave:

Jornalismo de Revista; Jornalismo Cultural; Literatura; Cultura; Artes

Trabalho

1. Introdução

Este Trabalho de Conclusão de Curso é uma revista de literatura e cultura, com a proposta de abordar esses assuntos em uma produção mensal. Pode-se dizer que o seu tema é, portanto, o jornalismo cultural. *Capitu* une características do jornalismo cultural de algumas publicações com idéias novas e viés reflexivo (tratando não só de artes, mas de

Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes: Revista Customizada (avulso).

¹ Aluno-líder, email: olvra.ribeiro@gmail.com

² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: calafa@uol.com.br



idéias) e atual (abrangendo a discussão conceitual de temas contemporâneos que seriam considerados *hard news*, ou seja, assuntos de jornais e das revistas semanais, e não de uma revista de literatura e cultura) das pautas. A revista também tem uma edição virtual, hospedada em <http://www.revistacapitu.com>. Além de dar dinamicidade ao conteúdo e aumentar o público potencial, essa versão é garantia de continuidade; após a apresentação à banca, desde março de 2009, a revista tem continuado a receber edições mensais.

2. Objetivo

Tivemos como objetivo abranger quatro áreas: 1 — temas jornalísticos, políticos e atualidades, tratando esses assuntos sob o viés da literatura, além de outros tipos de expressões artísticas; 2 — as novidades no que se refere a lançamentos e a eventos literários e artísticos em geral; 3 — escritores consagrados, com reportagens e entrevistas; e 4 — manifestações literário-culturais da região da Baixada Santista e também da internet, duas áreas com pouca ou nenhuma cobertura nas revistas de cultura existentes.

3. Justificativa

Historicamente, é nas revistas que o debate cultural ocorre. De acordo com o jornalista Daniel Piza (2003):

“Quem continuou a desempenhar papel fundamental no jornalismo cultural foram as revistas, incluindo na categoria os tablóides literários semanais ou quinzenais. Em todo momento de muita agitação intelectual e artística do século XX, em toda cidade que vivia efervescência cultural, a presença de diversas revistas — com ensaios, resenhas, críticas, reportagens, perfis, entrevistas, além da publicação de contos e poemas — era extensiva.

“Estude os ‘ismos’ todos lançados nas três primeiras décadas do século e você terá de estudar as revistas em que eles foram formulados e debatidos. Assim foi com o surrealismo francês, o futurismo russo, o imagismo americano: a expansão das vanguardas estava diretamente ligado à expansão da imprensa, dos recursos gráficos, do público urbano ávido por novidades. No Brasil, por exemplo, o modernismo paulista teve na linha de frente a revista *Klaxon*, título que significa ‘buzina’ [...]”

Hoje em dia, esse panorama mudou. Ainda segundo Piza,



“[...] em todos os países há uma noção de ‘crise’ vigente. O jornalismo cultural, dizem os nostálgicos, já não é o mesmo. De fato, [...] revistas culturais ou intelectuais já não têm a mesma influência que tinham antes, críticos parecem definir cada vez menos o sucesso ou fracasso de uma obra ou evento; há na grande imprensa um forte domínio de assuntos como celebridades e um rebaixamento geral dos critérios de avaliação dos produtos. O jornalista cultural anda se sentindo pequeno demais diante do gigantismo dos empreendimentos e dos ‘fenômenos’ de audiência. As publicações se concentraram mais e mais em repercutir o provável sucesso de massa de um lançamento e deixaram para o canto as tentativas de resistência – ou então as converteram também em ‘atrações’ com ibope menor, mas seguro”.

Assim sendo, uma anterior tradição de revistas culturais, notadamente mais crítica, era influente nos meios de discussão, e, por sua vez, deu lugar a uma versão de si pragmática e sem poder real na sociedade. Uma revista literária está submetida às mesmas leis do jornalismo diário, e deve trazer novidades ao leitor. Nessa busca pela notícia, perdeu seu caráter de interpretadora, de crítica dos acontecimentos.

Dentro desse quadro, as primeiras perguntas que surgem quando se pensa em uma revista literária é se há mesmo público para uma publicação que trate de cultura e, no caso de uma resposta como a de Piza, afirmativa — se, em meio a tantas outras revistas lançadas, sobrou espaço editorial para um outro lançamento. Piza afirma que, sim, há espaço para o jornalismo cultural: “[...] quero deixar claro que, pela minha experiência e pelas estatísticas, há um contingente sólido, respeitável, de leitores interessados em jornalismo cultural de qualidade; e que sempre há espaço, a ser criado e recriado com persistência, para quem se dispuser a produzi-lo.”

Como afirmou em entrevista a autor o ex-diretor executivo da revista Piauí, Ênio Vergeiro, uma nova revista vem não para *substituir*, mas para *complementar*.

4. Métodos E Técnicas Utilizados

O desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso seguiu etapas, cada uma com a sua função específica na construção geral da revista. Essas fases foram: a pesquisa bibliográfica (de livros que podiam fornecer informação sobre como o trabalho podia ser feito); a pesquisa editorial (recolhimento da opinião de potenciais compradores da revista); a consulta a especialistas (entrevistas com profissionais do jornalismo cultural); e o projeto gráfico (análise das informações da pesquisa editorial que são úteis para a definição do design e observação do modo com que atuam as revistas concorrentes). Após esse trabalho de base, foram discutidas as pautas e iniciada a produção das matérias.



O material da pesquisa bibliográfica serviu para aperfeiçoar as habilidades necessárias para produzir a revista e para ampliar o nosso conhecimento sobre o contexto em que uma revista de cultura passa a existir.

A pesquisa editorial consistiu na formulação de um questionário (com perguntas de cunho pessoal, como idade, sexo, escolaridade, faixa de renda) e de opinião e comportamento (é leitor de revistas? Compraria uma revista de cultura? Quais assuntos lhe interessariam em uma revista desse tipo?). Esse questionário foi entregue a potenciais consumidores do produto, em quatro pontos diferentes de Santos. Em uma primeira fase, foi pesquisado em cada um desses pontos qual era o fluxo aproximado de clientes; a partir desses resultados, foi feita a média aritmética representativa desse universo, que foi 227 pesquisas. Foram entrevistas na pesquisa editorial 230 pessoas.

A pesquisa editorial e gráfica realizada identificou gênero e idade (entre outros) do público potencial de uma revista de cultura: essas informações permitem balizar o projeto gráfico. Os resultados aferidos indicam que: o público feminino é maior do que o masculino. São 71% contra 54% do sexo masculino; a percentagem de jovens deste público é cerca de 10% maior do que as restantes faixas etárias (77% dos entrevistados de 18 a 25 anos comprariam uma revista cultural; de 26 a 35, 69%; de 46 a 55, 68%. 36 a 45. 67%. A faixa “acima de 56 anos” teve a menor marca, 32%).

De acordo com esses dados, podemos sustentar, utilizando termos do Design Gráfico, que o projeto de *Capitu* deva seguir uma orientação sinestésico-auditiva. Entre as faixas etárias, entre 18 e 25 anos constitui o grupo com maior potencial de compradores de uma revista cultural. A orientação, então, é *auditiva*: o número de imagens e outros elementos gráficos pode ser alto e a diagramação não segue sempre um modelo fixo. Por outro lado, o público feminino também é maioria nesse conjunto de compradores potenciais. A orientação é *sinestésica*: a diagramação deve ser leve e a combinação de cores é livre. Como a distância percentual entre os grupos não é tão alta, e como existem motivos editoriais para a aproximação também com a orientação visual (fácil, objetiva, bastando acrescentar um pouco de cor, tipografia simples e fácil de ser lida, cores combinadas por nuances de uma cor principal), o sinestésico-auditivo dá as linhas gerais de design, mas não é assumido de forma extrema. O design é diferenciado, surpreendente e leve, mas mantém estruturas simples de apresentação de texto, que são o foco de uma revista literária.

5. Descrição Do Produto Ou Processo

Por que essas quatro áreas de cobertura?

Como afirma o diretor executivo da revista *Piauí*, Ênio Vergeiro, em entrevista feita pelo autor, a revista *Capitu* não poderia ser lançada para substituir as outras que já estão no mercado, e sim para complementá-las. Nesse sentido, as quatro áreas de cobertura acima citadas têm focos parecidos com os das outras publicações, mas ajudam a construir uma personalidade própria para a *Capitu*.

O primeiro deles, que se propõe interpretar acontecimentos atuais com ajuda da literatura, parte da constatação de que muitas vezes as revistas culturais (das que possuem cobertura de literatura e artes, *Bravo!* e *EntreLivros*, sobretudo) falam de um mundo particular em que temas cotidianos — da política, por exemplo — não existem. Literatura e cultura seriam, neles, um adendo, um suplemento, algo além do necessário, como percebe Isabel Travancas (2001), quando compara os cadernos culturais brasileiros e franceses, considerando os dias em que são publicados:

“Um outro dado interessante para ser investigado é a escolha do dia da semana para publicação dos cadernos nos dois países. Os suplementos dos jornais brasileiros saem às quintas-feiras e os dos brasileiros nos fins de semana. Isso faz pensar no critério para essas determinações de dias e em que medida isso equaciona a discussão tempo e leitura. Quinta-feira é dia de semana comum, mais perto do fim de semana, tempo associado ao trabalho, e não ao lazer. (...) diferentemente dos jornais brasileiros, os franceses inserem estes cadernos na rotina de trabalho e estudo. Ao contrário do que acontece com o *Idéias* [caderno cultural do *Jornal do Brasil*] e o *Mais!* [semanal de literatura, cultura e ciências da *Folha de S.Paulo*]. Estes privilegiam uma leitura mais descompromissada com o tempo e a relacionam ao lazer e ao ócio”.

Na pesquisa de público realizada pelo autor, um dos entrevistados diz que ele “tem que escolher uma revista apenas”, por falta de tempo, e preferia, sobremaneira, as revistas semanais. É possível, no entanto, unir as duas coisas, com a abordagem certa. Um assunto como a comemoração do Maio de 1968 pode ser adequadamente interpretado pela revista com base nos livros de Zuenir Ventura e, outro exemplo, os ataques da facção criminosa PCC podem ser noticiados também, com base no livro da jornalista Fátima Souza, por exemplo.

Daniel Piza destaca esse tipo de reportagem cultural:

“[...] há um tipo de reportagem cultural, ainda mais interpretativo, que não é fácil fazer e tem escasseado na imprensa brasileira. É a reportagem que trata de uma ‘tendência’ ou de uma questão em debate no meio cultural. É o caso quando o jornalista tem, por exemplo, de tratar da polêmica que envolve um best-seller, o qual está dividindo opiniões, e precisa contar o motivo dessa polêmica e relatar as diversas opiniões sobre o autor. Ou quando tem de mostrar determinado comportamento cultural em alta – digamos, a moda das ‘raves’ [...] Ou quando tem de tentar responder a uma pergunta: ‘por que as biografias estão na moda?’ sem fazer sua resposta em forma de um artigo de opinião, mas com apuração sobre números e histórias, com comentários de especialistas.

“Esse jornalismo ainda é pouco praticado, e o que tende a ser feito é apenas a exaltação de uma nova moda, a qual em geral não passa de um modismo, com duração de alguns meses”.

Já o segundo tópico — acompanhar as novidades literárias e culturais — é a função própria de uma publicação jornalística e serve ao segundo tipo de público possível: se o primeiro quer saber de atualidades, mas com uma visão aprofundada, este outro quer a cobertura tradicional, novos livros, novos álbuns, novos filmes. O terceiro tópico, entrevistas com grandes autores, tem a mesma característica. Isabel Travancas (2001), falando de suplementos culturais, explicita as razões que explicam porque esse tipo de cobertura é necessário:

“Todos os suplementos estão submetidos às regras básicas do jornalismo (...) Estão sujeitos à influência do tempo e também à questão da novidade, como se eles definissem suas especificidades de cadernos de livros e suplementos literários, mas não negassem a sua situação de parte de um jornal diário, que vive da busca da redação da notícia.”

De acordo com o editor-chefe de *Bravo!*, João Gabriel de Lima, a revista pela qual é responsável “é a maior revista de cultura do País e é praticamente única em seu formato – uma revista que fala de todas as áreas da cultura, música, literatura, cinema, artes plásticas, dança etc”. *Capitu* segue por esse caminho e amplia esse escopo de cobertura, como afirmado no primeiro tópico e nos seguintes.

Os terceiro e quarto tópicos tratam de duas áreas com escassa cobertura: a produção da região da Baixada Santista e também a que se encontra na internet. No que se refere à internet, o surgimento de novas formas de distribuição e produção de conhecimento e cultura é o que mais importa para a revista. Há muito mais facilidade para lançar uma produção cultural do que havia antes, então se multiplicam novos autores e novas obras. A discussão sobre o valor desses artistas e a cobertura de boas produções deve ser objeto de pauta. As revistas culturais, como a *Piauí* e a *Bravo!*, centram-se apenas em conteúdo do

seu próprio site, o que pode ser um engano. A revista *Época* já tem uma seção permanente (“*Bombou na Web*”), em que noticia sucessos recentes no meio.

As quatro áreas de cobertura, tratadas desse modo, criam uma personalidade própria para a revista e cobrem espaços que foram deixados em aberto pelas revistas já existentes.

Quais os diferenciais de *Capitu*?

De acordo com o explicado anteriormente, *Capitu* dá atenção maior à discussão de idéias e à interpretação dos temas do cotidiano do que as revistas como *Bravo!*, que se centram em noticiar os acontecimentos mais recentes da cultura e artes e as tendências que se pode perceber nesse meio.

Mesmo com esse foco, há a tentativa, ao mesmo tempo, de acompanhar as novidades do âmbito cultural. Além dessas qualidades, *Capitu* garimpa novos autores e publica trabalhos (na edição apresentada como trabalho de conclusão de curso, quadrinhos, poesia e ficção são publicados). Pode ser afirmado que a *Cult*, com sua Oficina Literária, proporciona a mesma oportunidade aos autores: mas é a união de crítica, noticiário padrão e essa procura do novo na mesma revista que fazem a peculiaridade de *Capitu*.

Outra diferença é que, ao contrário de alguns textos de *Bravo!* e de alguns da *Cult*, em que o vocabulário comum do meio é mantido e referências muitas vezes são feitas sem considerar se o leitor conhece ou não os nomes ou fatos citados) o texto de *Capitu* é mais jornalístico, no sentido de tentar aproximar o leitor do tema, sendo didático, exemplificando ou fornecendo informação de base. Em boa parte das matérias, é evidente a tentativa de ampliar o conhecimento do leitor além do que a revista pode prover: com links a sites pessoais dos autores, com material adicional no site próprio da revista.

6. Considerações

De acordo com Alcino Leite Neto, ex-editor do *Mais!* e atual responsável pelo site de cultura *Cronópios*, existem três tipos de leitor e três tipos de revista de cultura, que podem, no entanto, se misturar numa mesma publicação. Neto descreveu esses tipos em uma conferência realizada pelo Itaú Cultural, em homenagem ao primeiro aniversário da revista *Continuum*. Segue a descrição completa dos três tipos, por Neto:



“Um primeiro leitor é o leitor interessado. Esse leitor deseja informações gerais sobre os eventos e os produtos culturais: coisas que ele possa freqüentar, teatro, cinema, saber se orientar em relação a isso, ou comprar. Esse público quer informações corretas, simples, se possível breves, sobre tudo o que há de mais relevante no mercado cultural do País e também do mundo. (...) Ele quer também informações substanciais que ajudem na sua formação, a fim de que ele possa ter um repertório mínimo, acessórios a esse consumo que ele está realizando. Então, a par das informações práticas, ele deseja ler artigos que enriqueçam seu conhecimento geral sobre os campos culturais. Esse público é muito heterogêneo; uma revista desse tipo precisa atender um consumidor de formação tanto mediana quanto o erudito.

“O segundo público, eu chamaria de leitor participante. Trata-se de um sujeito que não só tem interesse nos fatos, nos produtos culturais, mas ele vê a leitura como uma forma de participação no mundo e nos debates públicos. Então, independentemente da linha ideológica desse sujeito, ele tem interesse em artigos que estimulem a sua reflexão a respeito de temas de interesse geral, da saúde, de política, etc. Ele tem uma atitude participativa na leitura; ele busca nas publicações um viés crítico acessível e formativo com o qual ele possa estabelecer diálogo ou contraponto. É um leitor para o qual os fatos concretos e a boa informação de cunho jornalístico é tão importante quanto o debate crítico. Ele não teme ser surpreendido nem contrariado, mas cria um laço de interlocução constante com aquilo que ele lê.

O terceiro tipo de leitor é o mais conhecido: é o leitor especializado. Ele procura nas publicações aquilo que é do interesse dele mais forte. Essas publicações especializadas podem adotar uma linguagem mais fechada ou mais aberta. O problema dessas revistas: quanto mais especializada, ela tem problemas de distribuição, de manutenção, etc. A questão é saber como fazer que continuem existindo com as pressões econômicas que existem sobre elas.”

Capitu se dirige prioritariamente ao segundo tipo de público, o leitor participante, que acredita na arte uma forma de interferir, interpretar e entender o mundo. Em um segundo momento, *Capitu* supre as necessidades do primeiro tipo de leitor, o que quer saber das novidades do meio. E, mesmo sendo uma revista de literatura, não é uma revista especializada, no sentido de se expressar por jargões e imaginar no leitor um *background* que talvez ele não tenha: é principalmente sobre literatura, mas, antes disso, jornalística; portanto, explica e tenta dar aos diferentes leitores as mesmas condições de entendimento.

7. Referências Bibliográficas



- ARIEL, Marcelo. *Tratado dos Anjos Afogados*. Caraguatatuba, SP: Letra Selvagem, 1ª ed., 2008.
- BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma História Social da Mídia (De Gutenberg à Internet)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BRITO, José Domingos de Melo. *Literatura e Política*. São Paulo: Novera Editora, 2007.
- COELHO, Marcelo. *Crítica Cultural — Teoria e Prática*. São Paulo: Publifolha, 2006.
- FERRARI, Maria Helena; SODRÉ, Muniz. *Técnica de Reportagem (Notas sobre a narrativa jornalística)*. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- GODOI, Christian. *Os Sentidos da Violência : TV, Celular e Novas Mídias*. — Santos, SP: Realejo Edições, 2008.
- JOUVE, Vincent. *A Leitura*. São Paulo: Editora Unesp, 2002.
- MORAIS, Fernando. *O Mago*. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2008.
- PENA, Felipe. *Jornalismo Literário*. São Paulo: Contexto, 2006.
- PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.
- TALESE, Gay; *Fama e Anonimato*; tradução Luciano Vieira Machado; posfácio Humberto Werneck. — São Paulo: Companhia Das Letras, 2004.
- TRAVANCAS, Isabel. *O Livro no Jornal (Os Suplementos Literários dos Jornais Franceses e Brasileiros nos Anos 90)*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- VÁRIOS, *Os Escritores: as históricas entrevistas da Paris Review I*; seleção Marcos Maffei; tradução Alberto Alexandre Martins, Beth Vieira. — São Paulo: Companhia Das Letras, 1988.