

Entre Palavras, Imagens e Diagramas: O Lugar do Design na Formação do Jornalista Cultural

Ana Gruszynski¹

Resumo: Tendo em vista conceitos fundamentais a incorporar em uma “disciplina ideal” dedicada ao jornalismo cultural – conforme apresentados no *Mapeamento: O Ensino de Jornalismo Cultural em 2008*, por Azzolino, Anchieta e Pereira –, o artigo discute e propõe um lugar para o design como atividade que dá forma material a conceitos intelectuais. Considera, como parte inalienável das representações, a dimensão material dos meios, analisando seu papel de aproximação e vinculação entre publicação e leitor.

Palavras-Chave: Jornalismo cultural; formação profissional; planejamento gráfico; design; e práticas de leitura.

A comunicação em rede e a tecnologia digital vêm desestabilizando práticas que orientavam a produção jornalística em meios impressos, sonoros e audiovisuais. Do planejamento de seus processos à circulação de produtos cada vez mais diversificados e dirigidos, muitos são os desafios impostos aos profissionais envolvidos na atividade. Isso repercute na formação dos estudantes de jornalismo e exige que conceitos, valores, processos, produtos etc., sejam colocados em perspectiva. Considerando a complexidade da empreitada, o presente artigo procura estabelecer como foco a dimensão material dos meios como parte inalienável das representações. Esse olhar busca analisar como tal aspecto integra discursos que circulam no âmbito do jornalismo cultural, sendo, portanto, elemento a ser trabalhado por meio da formação profissional.

Entendemos que a configuração física do texto, na tela ou no papel, seu formato e a disposição do espaço tipográfico na página são fatores que determinam a relação entre leitor e texto (LYONS, 1999). No âmbito do jornalismo cultural, observa-se que a dimensão visual trabalhada

¹ Ana Gruszynski (UFRGS, Porto Alegre, RS), 43 anos, é jornalista, designer gráfica e ilustradora. É doutora em comunicação e desenvolve pesquisas na área de design, produção editorial, imagem e tecnologia. Faz parte do corpo docente da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, além de ser pesquisadora do Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq). Selecionada pelo texto “Entre Palavras, Imagens e Diagramas: O Lugar do Design na Formação do Jornalista Cultural”.

(anagru@gmail.com – 51 9259 9360)

nos projetos gráficos representa importante critério de aproximação e vinculação entre publicação e leitor, sobretudo se efetivamente sintonizada com um projeto editorial, bem como com as abordagens definidas para diferentes coberturas.

Considerando a especificidade do campo, lidamos não apenas com um conjunto de códigos, técnicas e estratégias voltadas à produção de diferentes tipos de publicações. Situados em um espaço complexo e diversificado de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos ou de divulgação os campos das artes, das letras e as correntes humanas e sociais de pensamento, é fundamental levarmos em conta que tal espaço abarca a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. (SEGURA; GOLIN; ALZAMORA, 2008) Cientes também que todos os elementos que perpassam o jornalismo são culturais (PIZA, 2008), nossa aproximação compreende um segmento especializado, identificado com a estrutura fragmentada das redações em empresas jornalísticas e vinculado à constituição de editorias.

A formação de um mediador

Ao desempenhar papel mediador entre público e atividades artísticas, intelectuais e de entretenimento, o jornalismo cultural assegura a visibilidade do que é oferecido, o que é realizado segundo diretrizes editoriais e estratégias discursivas, amparadas por uma cultura profissional atrelada a valores-notícia e a rotinas produtivas. Uma vez pautado pela dinâmica das indústrias culturais, frequentemente encontra-se atrelado a lançamentos, a eventos e a espetáculos. Ao fornecer parâmetros interpretativos para a cultura de determinada época e de determinado local, contribui para a formação de públicos, avalizando o sistema cultural (GOLIN, 2008). Para Piza (2008, p. 31), uma noção de “crise” perpassa o segmento em vários países:

O jornalismo cultural, dizem os nostálgicos, já não é mais o mesmo. De fato, nomes como Robert Hughes hoje são mais escassos; revistas culturais ou intelectuais já não têm mais a mesma influência que tinham antes; críticos parecem definir cada vez menos o sucesso ou o 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.

Ao dialogar com valores contemporâneos vigentes, a atividade revela tensões inerentes ao seu papel, que exige dos profissionais uma capacidade singular de promover o trânsito entre público e obra, apresentando os fatos culturais em perspectiva histórica e crítica, não apenas cumprindo uma agenda de serviços.

Coelho discute acerca da formação dos profissionais, afirmando a necessidade do exercício da crítica para além da atividade de “escrevinhador do serviço cultural”. Para o autor, “o bom jornalista cultural deve assumir como ponto de partida a ideia de que é preciso sempre pensar de outro modo, que é preciso ver uma questão sempre pelo outro lado que não está sendo visto, pelo lado oposto do hábito cultural”. (COELHO, 2007, p. 27) Pires (2007, p. 30), por sua vez, resgata Otto Lara Resende em sua afirmação irônica sobre o jornalista como “especialista por dez minutos”, para evidenciar um aspecto fundamental da natureza de seu trabalho: “Resumir conteúdos e traduzir domínios diversos para o senso comum”. Historicamente vinculada ao projeto iluminista de disseminação do saber, a atividade coloca-se em um espaço de tradução entre domínios, buscando uma democratização de conhecimentos de diferentes naturezas. O risco da trivialização dos temas e das abordagens está no âmago da própria especificidade do campo, que tangencia o acadêmico. A própria forma de organização do material editado pode revelar a tensão entre profissionais generalistas e especialistas. (DAPIEVE, 2002)

Evidencia-se, portanto, a indispensável formação intelectual do jornalista para que tenha condições de sistematizar, contextualizar, discutir e colocar em perspectiva os produtos culturais. Por outro lado, estará esse profissional lidando com restrições e disputas que marcam a área na contemporaneidade, exigindo estratégias de enfrentamento. Segundo Cremilda Medina (2007, p. 34),

Para isso temos várias cartas de navegação. A primeira delas: um excesso de espaço na imprensa, ocupado por meio de pressões do mercado, basicamente do marketing cultural, e que se organiza cada vez mais. Não adianta ficar contra, porque os lobbies da indústria cultural são um dado da realidade. Para sair do estresse de informação gerada pelo marketing cultural, só autores, jornalistas de muita criatividade para se tornarem independentes dessas pressões.

Destacando o papel da reportagem na comunicação, a autora entende que a noção de cultura atravessa o jornalismo e que os profissionais da área serão *leitores culturais* nesse horizonte que passa a se delinear na passagem do século XX para o XXI. Esse perfil dará lugar a áreas temáticas ou segmentadas em torno dos diferentes suportes midiáticos que se consolidaram historicamente, enfatizando o papel da comunicação social vinculado ao exercício da cidadania. Para Medina (2007, p. 34), “só a reportagem autoral pode abrir a leitura cultural na malha complexa e pluralista da realidade coletiva”.

Tal condição, todavia, passa também pela configuração das instituições formativas desses profissionais, em um mercado nacional que ora se rearticula com base no fim da exigência do diploma obrigatório aprovada pelo Supremo Tribunal Federal (STF), em 17 de junho de 2009. Ponto de complexa polêmica que divide estudantes, profissionais graduados, acadêmicos,

organizações de representação de classe, empresários da comunicação, instituições públicas e privadas – enfim, uma variedade de interessados com os desdobramentos da decisão –, este se afirma na pauta de discussão com nova visibilidade.

Não nos deteremos nesse debate, mas entendemos que ele tem impacto nas estratégias curriculares que vêm conduzindo os cursos superiores, que já vinham sendo colocadas em questionamento pelo contexto indicado na introdução do presente artigo. No âmbito específico do jornalismo cultural, um quadro do ensino da disciplina no país é apresentado na obra *Mapeamento do Ensino de Jornalismo Cultural no Brasil em 2008*, em que é possível visualizar, entre outros aspectos, algumas disciplinas ofertadas, além de ementas e bibliografia. (MAGALHÃES, MARINHO, TEIXEIRA, 2008, p.25)

Em breve recensão dos vários artigos apresentados em *Rumos [do] Jornalismo Cultural*, editado em 2007 e a referida obra de 2008, observam-se questões recorrentes quanto à formação do jornalista cultural. Há uma tensão entre o que seriam conhecimentos essenciais ao campo intelectual e outros colocados na ordem do mero domínio técnico. O que parece demonstrar desqualificação de algumas atividades que compõem a rotina profissional e também conformam o que é noticiado.

No levantamento apresentado por Magalhães, Marinho e Teixeira (2008, p.13-14), observamos dados que demonstram que o ensino passa prioritariamente por disciplinas de *conteúdos tangenciais*² (42,85%), seguidas por *conteúdos específicos* (26,98%), *semiplena* (17,47%) e *plena* (12,70%). Na análise dos autores (2008, p.19), o tema da cultura é tratado segundo matrizes conservadoras, “mantendo disciplinas clássicas como estética e cultura das massas, cultura brasileira e antropologia cultural”. Em disciplinas *semiplenas* temos as manifestações artísticas preferenciais, como cinema, literatura, vídeo, arte e crítica; em disciplinas de *conteúdo específico* agrega-se à lista o teatro. Se os dados indicam conteúdos principais trabalhados nas universidades em termos de jornalismo cultural, cabe salientar que estão inseridos em um conjunto de grade curricular que visa a dar conta dos vários elementos que compõem a atividade jornalística, contemplados, portanto, também códigos e técnicas.

Azzolino, Anchieta e Pereira (2008, p.67), por sua vez, detiveram-se na tarefa de dar voz a alguns professores, esboçando, com base em entrevistas, o que seria uma “disciplina ideal” de jornalismo cultural, incluindo na reflexão conceitos fundamentais que deveriam ser contemplados. Organizada em três tópicos principais, essa matéria trataria de: (1) conceito de

² *Plena*: oferece conteúdo de jornalismo cultural como único conteúdo programático; *semiplena*: oferece jornalismo cultural como parte de carga horária de outra disciplina principal (jornalismo especializado); *conteúdo específico*: conteúdo programático coincidente com grande área de cobertura do jornalismo cultural; *conteúdo tangencial*: conteúdos de áreas afins, algumas de caráter introdutório (cultura brasileira, estética) e também de pré-requisito ao ensino da disciplina.

cultura e jornalismo cultural; (2) gêneros textuais e discursivos do jornalismo cultural; e (3) processos e produtos culturais na cobertura jornalística: tensões, relações e interseções.

Com base no levantado pelos autores, introduzimos para debate um elemento não contemplado nessa indicação, procurando ampliar a discussão em torno dos tópicos formativos fundamentais propostos: um lugar para o design como atividade que dá forma material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2000). A configuração material dos objetos estabelece contratos comunicativos singulares conforme explicita Charaudeau (2007, p. 104-105):

O dispositivo é uma maneira de pensar a articulação entre vários elementos que formam um conjunto estruturado, pela solidariedade combinatória que os liga. Esses elementos são de ordem material, mas localizados, agenciados, repartidos segundo uma rede conceitual mais ou menos complexa. O dispositivo constitui o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem, mas não se trata de um simples vetor indiferente que veicula, ou de um meio de transportar a mensagem sem que essa se ressinta das características do suporte. Todo dispositivo formata a mensagem e, com isso, contribui para lhe conferir um sentido.

Assim, ler, assistir ou ouvir um “mesmo texto” implica em experiências distintas. O desafio está em lidar com a dialética entre conteúdo e forma sem deixar-se tomar pelo logocentrismo ou pelo determinismo tecnológico. As características específicas dos dispositivos exigem, pois, uma atenção relativa ao suporte, bem como às tecnologias que o gerenciam e formatam. Os elementos estruturais do texto, seu gênero, suas especificidades narrativas, por outro lado, imbricam-se a essa base material, tecendo relações espaciais e temporais e esboçando condições de recepção.

Um lugar para o design

A tecnologia responsável pela produção de impressos e sua apropriação por diferentes grupos sociais estabelecidos em espaços temporais e geográficos distintos representou um importante fator na configuração das práticas de edição. Ao propor uma história social do conhecimento entre o Renascimento e o Iluminismo, Burke (2003) enfatiza o papel crucial da invenção da imprensa com tipos móveis, tecnologia que ampliou a difusão dos saberes, facilitando a interação entre pessoas em lugares e culturas distintas por meio do acesso a um mesmo padrão de texto e imagem. Ao longo da primeira metade do século XX, o desenvolvimento da cultura impressa ocorre sob o domínio do editor-empresário e de instituições escolares e nacionais (BRAGANÇA, 2005, p. 232), característica que entra em crise no período seguinte, com o surgimento e o fortalecimento dos meios audiovisuais. Na virada do século, será a consolidação dos meios digitais e da internet que repercutirá fortemente nesse campo regido pela tradição, exigindo a reavaliação de critérios e parâmetros que orientavam até então suas práticas.

A atividade editorial – ao lidar com a escrita em diferentes suportes – tem como elemento fundamental a materialidade dos artefatos por ela gerados, que constituem parte inalienável das representações. Os elementos que compõem as interfaces de leitura são resultado de processos históricos, em que formas que hoje nos parecem naturais baseiam-se na apropriação de técnicas datadas e transitórias. Assim como a configuração gráfica, as práticas de leitura constituídas ao longo do tempo envolvem aspectos sociais e individuais, desde expectativas de leituras, competências e gêneros de textos lidos. Para Chartier (1996), o ato de ler resulta de tensões estabelecidas entre dois conjuntos de fatores: os relacionados aos leitores e às comunidades de interpretação nas quais estão inseridos; e aqueles que envolvem os textos e a sua materialidade.

A personalidade gráfica de um jornal, nesse sentido, implica em uma continuidade de seu estilo, que se manifesta, em um primeiro momento, na capa. Ela irá permitir ao leitor identificar de modo imediato a publicação. Em seu conjunto, o projeto gráfico define o formato, a mancha (margens), as colunas e seus espaçamentos, a tipografia, as cores e os elementos iconográficos que consolidam um conceito de publicação. Sobre essa base constituem-se diferentes apropriações do diagrama, assegurando uma variabilidade de leiautes sedimentados em um esquema comum. Estratégias semelhantes são utilizadas para a programação visual em outros meios.

O design segue os critérios de edição jornalística, que organiza as informações a ser transmitidas, dando-lhes uma hierarquia, determinando de que forma serão transmitidas – por meio de textos (e de que tipo de textos), fotos, ilustrações, infográficos etc. – e de que modo esses elementos irão se relacionar. Os critérios compositivos agregam-se a eles, ancorados em conhecimentos do campo da percepção visual, que sugerem técnicas e estratégias para assegurar a comunicação das mensagens do modo mais eficaz possível. A sintaxe visual (DONDIS, 1995) tem seu embasamento em princípios perceptivos que indicam as linhas gerais para a criação de composições, os elementos básicos que podem ser apreendidos e compreendidos e as técnicas visuais que podem ser utilizadas para arranjar esses elementos. A organização do material informativo nos diferentes suportes, portanto, é questão primordial na configuração das mensagens.

No que se refere ao jornalismo cultural, Segura, Golin e Alzamora destacam a consagração da visualidade, demonstrando como a apresentação gráfica *compõe* o *valor* do que está sendo comunicado:

Marcelo Coelho (2000)³ chama atenção para o formato predominante dos cadernos culturais diários, que elegendem

³ COELHO, Marcelo. Jornalismo e crítica. In: MARTINS, Maria Helena. *Rumos da crítica*. São Paulo: Senac: Itaú Cultural, 2000.

apenas um assunto na capa, geralmente uma página de apresentação visual arrojada. Ocupar esse lugar dá ao evento uma espécie de apelo consagratório, uma valoração estética. Logo, o espaço que recebe na imprensa acaba sendo assunto tanto da notícia em si, aprofundando a publicidade da cultura e a criação do superlativo. Uma boa visualidade passa a ser critério preponderante de seleção na editoria de cultura. (SEGURA, GOLIN e ALZAMORA, 2008, p. 78)

No Brasil, um dos marcos históricos do design de jornais impressos vincula-se à experiência do *Jornal do Brasil*, com reforma iniciada em 1956. Esta abrangeu tanto os aspectos editoriais, mercadológicos, como os relativos à incorporação de questões gráficas modernas ao campo do discurso jornalístico do período. Sua consolidação deu-se no início da década de 1960, assinalando mudanças no âmbito interno da empresa jornalística, reflexo de um contexto social, econômico, político e cultural, panorama esse descrito por autores como Bahia (1990), Lessa (1995), Ferreira Junior (2003), Sodré (1983) e Dines (1986).

Esse caso tornou-se exemplar da integração entre projeto editorial e gráfico, potencializado por uma equipe de profissionais sintonizados, que demonstrou ser fundamental para o resultado obtido. Segundo Lessa (1995, p. 22), o Suplemento Dominical do *Jornal do Brasil*, caderno cultural da publicação, já possuía, em 1957, “um padrão visual bem mais avançado, permitido em um suplemento literário”. Reynaldo Jardim o editava de forma bastante independente do resto do jornal, propondo soluções gráfico-editoriais ousadas. O cruzamento de uma equipe com competências e atuação profissional singulares no meio jornalístico, sob um cenário artístico marcado pelo concretismo e o neoconcretismo, resultou em um projeto gráfico de ordem funcionalista, sustentado pela legibilidade do texto, modulação do diagrama de construção das páginas e uso do espaço em branco como elemento compositivo. Durante a reforma – dividida em pelo menos três fases cronológicas –, criou-se o suplemento cultural diário Caderno B, que se tornou uma referência em termos de jornalismo cultural: não apenas tratava de cultura, mas era em si mesmo um produto cultural, afirma Dapieve (2002).

Para o autor, a cultura continua a ser o espaço de “[...] excelência da experimentação e da renovação, tanto no texto como na apresentação gráfica. De tal forma que recursos inventados nas editorias de cultura são tomados emprestados pelas outras editorias, arejando jornais ou revistas”. (DAPIEVE, 2002, p. 94) Destaca-se, nessa linha, ainda outro marco histórico importante, estabelecido na década de 1980 com a *Folha de S.Paulo*. Seus suplementos semanais *Ilustrada* e *Folhetim* afirmaram-se como referência também em termos de planejamento gráfico. (GADINI, 2003)

Cabe observar ainda que, se a apresentação visual inovadora e arrojada tem sido uma das características principais das editorias de cultura, ela é também possibilitada devido ao tempo de produção desse segmento, com um prazo geralmente mais ampliado do que a parte

principal das publicações. De fato, as rotinas produtivas que se delinham segundo a pressão do tempo determinam tratamento diferenciado para informações que compõem a agenda diária da cultura, abordagens estabelecidas com base em efemérides ou lançamentos que podem ser preparadas com maior antecedência, ou coberturas mais amplas destinadas a cadernos de periodicidade semanal.

Do papel ao pixel

Se os exemplos aqui citados referem-se ao jornal impresso, ao colocar em evidência o conceito de rede e a necessidade de se pensar em fluxos comunicacionais diferenciados, assim como em novas configurações e sistemáticas de produção jornalística tendo em vista a comunicação na internet, instantaneidade, não linearidade, simultaneidade e multiplicidade tornam-se palavras-chave. Os jornais foram pioneiros na adesão a esse ambiente digital, estabelecendo – em um primeiro momento – uma transposição de seu produto impresso para a tela do computador. Contudo, ainda que os avanços tecnológicos sejam marcantes na constituição do contexto midiático contemporâneo, não podemos deixar de considerar a complexidade de discutir tal aspecto tendo em vista o conjunto de forças econômicas, culturais e políticas que configuram a apropriação das recentes tecnologias da comunicação e informação.

No campo do jornalismo, Pavlik (2001) entende que esse quadro transforma a natureza do conteúdo, o trabalho jornalístico, a estrutura das redações e das empresas jornalísticas, bem como as relações entre organizações de notícias, jornalistas e seus diferentes públicos. Para o autor, é possível identificar estágios ou fases do jornalismo na web: a primeira fase é assinalada pelo uso de conteúdos produzidos originalmente pelo jornal impresso e sua adaptação para veiculação na internet. A segunda, caracterizada pela produção voltada para circulação on-line, abrangeria tanto aspectos de design como edição de conteúdos direcionados para a rede. O terceiro estágio implicaria no desenvolvimento de projetos editoriais específicos para a web, envolvendo a atualização contínua de informações e podendo ser aplicado dentro de intervalos de tempo bastante reduzidos, praticamente de forma contínua, rompendo com a periodicidade diária.

O conceito de *remediação* (BOLTER & GRUSIN, 1999; BOLTER, 2001) comporta a operação de transferência de conteúdos para outros suportes, que abrange a representação de um meio em outro. Segundo Furtado (2006, p. 95):

[...] significa a lógica formal pela qual as novas mídias reamoldam (*refashion*) anteriores formas midiáticas. A remediação é característica definidora das novas mídias digitais e apresenta uma dupla lógica típica da nossa cultura,

que quer simultaneamente multiplicar as suas mídias e apagar qualquer traço de mediação: idealmente gostaria de apagar as suas mídias no próprio ato de as multiplicar.

A convergência de recursos técnicos bem como a integração de formas entre elementos de modelos distintos, vistas por meio desse conceito, apresentam-se produtivas para analisar de que forma cultura e técnica se imbricam. A dinâmica de apropriações e negociações permite questionar de que modo o planejamento gráfico de uma publicação dinamiza e documenta o campo artístico e cultural, colaborando na formação de públicos e fornecendo parâmetros valorativos para a interpretação da cultura de um determinado local e de uma época.

Em tal contexto, os autores que servem de referência para os estudos específicos na área de planejamento visual em jornalismo – e que vêm sendo utilizados nas universidades como bibliografia básica – representam um conjunto restrito de obras que foram desenvolvidas, em grande parte, em um momento anterior à presença marcante das tecnologias digitais. Reedições de livros⁴ lançados na década de 1980 com atualizações⁵ e reimpressão buscam suprir uma lacuna nessa área de formação, que tem um repertório ainda bastante voltado ao impresso. Contribuições mais recentes para o campo são complementares à temática, como o trabalho de Guimarães⁶ (2000, 2003) dedicado ao estudo da cor, e a tradução da obra de Lupton⁷ (2006) – oriunda do campo do design – bem como livros técnicos voltados à produção gráfica e à manipulação de arquivos digitais. Os trabalhos de Lessa (1995)⁸ e de Ferreira Jr. (2003)⁹ destacam-se como exemplares de estudos dedicados ao assunto. Como referência complementar encontramos textos apresentados em congressos e periódicos nacionais que apontam ainda um tímido interesse por esse tema, considerando o foco específico no jornalismo.

Considerações finais

A contribuição do presente artigo está em introduzir argumentos para discutir a relevância da presença – no âmbito de uma “disciplina ideal” (AZZOLINO, ANCHIETA e PEREIRA, 2008) – do estudo da forma material dos textos no seu imbricamento com os gêneros discursivos do jornalismo cultural com os valores do campo que estabelecem tensões na práxis profissional.

⁴ COLLARO, Antonio Celso. *Projeto Gráfico*. São Paulo: Summus, 1987. | SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

⁵ COLLARO, Antonio Celso. *Produção visual e gráfica*. São Paulo: Summus, 2005.

⁶ GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo: Annablume, 2003. | GUIMARÃES, Luciano. *As cores na mídia*. São Paulo: Annablume, 2000.

⁷ LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

⁸ LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995.

⁹ FERREIRA Jr., José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

Tendo situado o espaço singular do segmento como lugar privilegiado de inovação nesse sentido, buscou-se questionar o lugar do design de produtos jornalísticos restrito ao domínio técnico. Evocamos a indispensável formação intelectual dos profissionais, que inclui também um repertório de cultura visual, tanto por parte daqueles no exercício direto dessa atividade específica como daqueles que dela participam de modo mais amplo.

A concepção aqui proposta não se dedica a delimitar e/ou orientar a atividade de efetuar o leiaute de uma publicação – no papel, na tela ou em outro suporte – mas evidenciar que o tratamento da pauta e seu enriquecimento abrangem editor, subeditores, repórteres, críticos, fotógrafos, ilustradores, infografistas, diagramadores, enfim, os vários profissionais envolvidos. No âmbito do jornalismo cultural, vimos que a visualidade tem um valor singular diante de outros segmentos editoriais e, em função disso, reivindicamos seu lugar na formação profissional. Ou seja, não cabe apenas ao designer/diagramador determinar a configuração do produto final. Repertório intelectual e também conhecimentos básicos do que é viável em termos técnicos por parte de todos os envolvidos repercutem nos elementos articulados na cobertura. Para Werneck (2007, p. 70):

Os jornalistas podem e *devem* usar a imaginação. Por exemplo, incorporar aspectos de comportamento ao jornalismo cultural, enriquecendo-o. Dar vida, consistência física a personagens que tantas vezes são tratados na imprensa como se fossem apenas emanações de aspas. [...] O jornalismo só tem a ganhar quando o repórter consegue encaixar o personagem numa moldura adequada, viva, capaz de iluminá-lo.

A *moldura* de que trata o autor implica em inserir a personagem em seu espaço próprio, revelando o que lhe é singular. Se o texto jornalístico produzido pode conduzir à formação de imagens mentais por parte do leitor, até chegar a lê-lo, a textura do papel ou o brilho da tela já o terão sensibilizado, “emoldurando” as palavras e constituindo condições de recepção. O tipo de letra, a presença ou não de fotografia e seu enquadramento são também recursos à disposição do jornalista cultural para construir – imaginar – sua reportagem.

Um currículo em seu conjunto prevê a capacitação dos alunos na compreensão e no desenvolvimento da habilidade de explorar as potencialidades dos meios na cobertura noticiosa em suas dimensões espaciais, temporais, gráficas, sonoras, visuais, interativas etc. No âmbito de atuação específica do jornalismo cultural, conhecer e discutir como esses recursos foram e são utilizados para dar forma a conceitos intelectuais possibilita ampliar o repertório dos estudantes, contribuindo no esboço do que pode vir a ser o papel de um jornalista como *leitor cultural*.

Referências bibliográficas

- AZZOLINO, Adriana P.; ANCHIETA, Isabelle; PEREIRA, Wellington. A fala dos professores. In: *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p. 48-68.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 2 vol. São Paulo: Ática, 1990.
- BOLTER, J. D. *Writing space: computer, hypertext, and the remediation of printing*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor: notas para sua história. In: *Em questão: revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS*. Porto Alegre Vol. 11, n. 2 (jul./dez. 2005), p. 219-237
- BURKE, Peter. *Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CALDAS, Álvaro (Org). *Deu no jornal: jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro: Loyola, PUC-RIO, 2002.
- CARDOSO, R. *Uma introdução à história do design*. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- CHARTIER, Roger (Org.). *Práticas de leitura*. São Paulo: Liberdade, 1996.
- COELHO, Teixeira. Outros olhares. In: LINDOSO, Felipe (Org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p. 24-29.
- DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (Org). *Deu no jornal: jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro: Loyola, PUC-RIO, 2002.
- DIMAS, Antonio. Um suplemento carnudo. *Continente Sul Sur*, Porto Alegre, n. 2, p. 35-45, novembro, 1996.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo: Summus, 1986.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. Trad. Jefferson L. Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- FERREIRA JUNIOR, José. *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico-visual*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.
- FURTADO, J. A. *O papel e o pixel. Do impresso ao digital: continuidades e transformações*. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

- GADINI, Sérgio Luiz. A cultura como notícia no jornalismo brasileiro. *Cadernos da Comunicação*, Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, v. 8, 2003.
- GOLIN, Cida. O jornalismo no sistema artístico-cultural. In: *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p. 90-92.
- LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- LINDOSO, Felipe (Org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.
- LYONS, Martyn. *A palavra impressa: histórias da leitura no século XIX*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.
- MAGALHÃES, Marina; MARINHO, Margareth A.; TEIXEIRA, Nísio. Jornalismo cultural: o ensino da disciplina. In: *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p. 8-23.
- MEDINA, Cremilda. Leitura crítica. In: LINDOSO, Felipe (Org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p. 32-35
- PAVLIK, John. *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- PIRES, Paulo R. A ilusão tecnicista. In: LINDOSO, Felipe (Org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p. 30-31.
- SEGURA, Aylton; GOLIN, Cida; ALZAMORA, Geane. O que é jornalismo cultural. In: *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p. 70-80.
- SODRÉ, Nelson W. *História de imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- WERNECK, Humberto. A ditadura do best-seller. In: LINDOSO, Felipe (Org). *Rumos [do] jornalismo cultural*. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p. 64-71.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.