

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO PROFESSOR MARIANO DA SILVA NETO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM  
NÍVEL MESTRADO

MAYARA SOUSA FERREIRA

**MEMÓRIAS DA CULTURA:**

estratégias e táticas de *Revestrés* na (re)construção das identidades piauienses

TERESINA - PI  
2016

MAYARA SOUSA FERREIRA

**MEMÓRIAS DA CULTURA:**

estratégias e táticas de *Revestrés* na (re)construção das identidades piauienses

Dissertação apresentada por Mayara Sousa Ferreira ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal do Piauí, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Trabalho elaborado sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dra. Ana Regina Barros Rêgo Leal.

FICHA CATALOGRÁFICA  
Universidade Federal do Piauí  
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação  
Serviço de Processamento Técnico

F383m Ferreira, Mayara Sousa

Memórias da cultura: estratégias e táticas de Revestrés na (re)construção das identidades piauienses / Mayara Sousa Ferreira. – 2016.

209 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2016.

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ana Regina Barros Rêgo Leal.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo – Piauí – História.
3. Identidade Cultural. I. Título.

CDD: 070.43

MAYARA SOUSA FERREIRA

**MEMÓRIAS DA CULTURA:**

estratégias e táticas de *Revestrés* na (re)construção das identidades piauienses

Dissertação apresentada por Mayara Sousa Ferreira ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal do Piauí, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação. Trabalho elaborado sob a orientação da Prof.<sup>a</sup> Dra. Ana Regina Barros Rêgo Leal.

Aprovada em \_\_\_/\_\_\_/2016

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Ana Regina Barros Rêgo Leal (Orientadora)

Universidade Federal do Piauí

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Nilsângela Cardoso Lima (Examinadora interna)

Universidade Federal do Piauí

---

Prof.<sup>o</sup> Dr. José Ribamar Ferreira Júnior (Examinador externo)

Universidade Federal do Maranhão

*Aos amantes da cultura piauiense*

*À minha família, em especial, aos meus avós, José Elias e Helena, pelo entusiasmo com que contam e recontam memórias de suas vidas de maneira sábia e despretensiosa.*

## AGRADECIMENTOS

A Deus por me conceder serenidade e esperança, fazendo-me perseverar quase sempre otimista, mesmo quando o cansaço me abatia.

Aos meus pais, Alcides e Marily, pelo incentivo e apoio em cada decisão tomada, me prestando o auxílio e o afago necessários.

Ao meu esposo Sávio pelo amor me conferido nos momentos de alegria e de lamentações e medos. Dois anos de muitas modificações na minha vida, inclusive para além do lattes, com mudança de cidade, de estado civil. A paciência e a tranquilidade do meu companheiro me passaram a paz e a serenidade que eu precisava para conciliar tudo, sem tosquenejar.

Aos meus avós Helena e José Elias pela preocupação, cuidado e carinho de sempre.

Aos meus irmãos Marília, Romário e Moisés por acreditarem em mim.

À professora orientadora Ana Regina por ter me recebido de braços abertos, por sua competência e segurança. A cada orientação, aguçava em mim a confiança de estar no caminho certo e o desejo de aprender mais.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Piauí pelos conhecimentos compartilhados. Agradeço em especial aos professores do seminário de linha, Paulo Fernando, Nilsângela Cardoso, Jacqueline Dourado, Samanta Castelo Branco, e da qualificação, Gustavo Said e Nilsângela Cardoso, pela competência com que me auxiliaram a melhorar este trabalho.

Aos professores da graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí, em particular, à querida Jaqueline Cardoso, que sempre me incentivou a seguir com as pesquisas e chegar ao mestrado.

Aos amigos de turma, companheiros de jornada Thamyres, Leide, Carol, Eugênio, Thiago, Renan, Gislane, Isabela e Socorro por tornarem o caminho mais agradável, dividindo as angústias e os sentimentos de conquista em cada fase. Entre eles, agradeço especialmente a Thamyres por me abrir sua casa e me oferecer a ternura de sua família.

Aos amigos de Teresina pelos laços criados. A Camila e Glenda pelas hospedagens e pelo carinho com que sempre me trataram, entendendo a dor e a benesse de cursar mestrado longe de casa.

Aos amigos picoenses pela torcida e apoio.

Agradeço à equipe da revista *Revestrés*, em nome de Vitória Holanda, pela disponibilidade com que cederam os primeiros exemplares da revista.

Aos membros do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação (Nujoc) pelas  
partilhas e pelo empenho em estudar as memórias do jornalismo piauiense.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Piauí (Fapepi).

Não, o ser jornalista, para chegar de fato a ser jornalista, no sentido estrito, terá, um dia, atingido a consciência de que seu trabalho é pequenino [...]. E que não há trabalhos grandes, apenas trabalhos honestos. E sinceros. [...]. Que não há nada mais importante que o anonimato de um trabalho decente.

Granja Vianna

## RESUMO

O jornalismo atua na construção das memórias das coletividades, a partir do enquadramento que faz dos acontecimentos para veiculação midiática em forma de notícias. Desse modo, contribui para a construção e fortalecimento das identidades, dada a legitimidade das suas narrativas e seu lugar credível de fala. Ressaltamos o papel do jornalismo como um lugar de memória, que transpõe o espaço físico, mas abrange também o simbólico, e conduzimos a discussão para o segmento específico do Jornalismo Cultural. Para tanto, escolhemos como objeto de pesquisa uma revista especializada em cultura, cuja veiculação se dá no Piauí: a *Revestrés*. Assim sendo, esta dissertação tem o propósito de analisar o papel da revista *Revestrés* na (re)construção das memórias e das identidades piauienses, através do uso de estratégias e táticas dessa publicação. No que se refere aos procedimentos metodológicos, trabalhamos com a pesquisa documental em duas etapas. Inicialmente, realizamos a análise de conteúdo quantitativa para traçarmos o perfil da revista e, em seguida, analisamos, sob uma abordagem qualitativa, as estratégias e táticas empregadas, com vistas à proposição de Michel de Certeau (2014). A amostra foi composta por 22 exemplares publicados nos primeiros quatro anos do periódico, entre 2012 e 2015. Diante do exposto, os resultados mostram que *Revestrés* contribui potencialmente para a reconstrução das identidades piauienses, a partir da valorização de aspectos diferenciais, mas, ao mesmo tempo, os rastros e indícios mnemônicos afastam-na das culturas interiorana, negra e indígena típicas do estado, as quais obtêm pouca visibilidade.

**Palavras-chave:** Estratégias e táticas. Identidades culturais. Jornalismo Cultural. Memórias. *Revestrés*.

## ABSTRACT

Journalism acts in the building of memories of collectivities through the framing it does of the happenings for mediatic broadcast in the form of news. This way, it contributes to the construction and strengthening of identities, given the legitimacy of its narratives and its credible place of speech. We highlight the role of journalism as a place of memory, that transcends the physical space, but also encompasses the symbolic, and we conduct the discussion to the specific segment of Cultural Journalism. For this, we have chosen as objective of research a magazine specialized in culture, which publication happens in Piauí: the *Revestrés*. Therefore, this dissertation has the purpose of analyzing the role of the *Revestrés* magazine in the (re)construction of memories and identities of piauienses, through the use of strategies and tactics of this publication. In which concerns the methodological procedures, we work with documental research in two steps. Initially, we conducted a quantitative content analysis to trace the magazine's profile and then analyzed under a qualitative approach, the strategies and tactics employed, having in mind the proposition of Michel de Certeau (2014). The sample was composed of 22 numbers published in the first four years of the magazine, between 2012 and 2015. Given the above, the results show that *Revestrés* contributes strongly to the reconstruction of piauiense identities, through the valuation of different aspects, but at the same time, mnemonic traces and clues keep it away from inland, black and indigenous cultures typical of the state, which have little visibility.

**Keywords:** Strategies and tactics. Cultural identities. Cultural Journalism. Memories. *Revestrés*.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Capas de Revestrés, n. 2, mai/jun. 2012; n. 6, jan./fev. 2013; n. 12, ano 3, jan./fev. 2014; n. 22, set/out. 2015 .....	104
Figura 2 – Revestrés, n. 1, fev. 2012, p. 6 e 7 .....	107
Figura 3 – Capa de Revestrés, n. 16, set/out. 2014.....	112
Figura 4 - Capa de Revestrés, n. 1, fev. 2012.....	114
Figura 5 - Capas de Revestrés, n. 15, jul/ago. 2014; n. 21, jul./ago. 2015; n. 19, mar./abr. 2015; n. 20, mai/jun. 2015 .....	115
Figura 6 – Capa de Revestrés, n. 7, mar/abr. 2014.....	116
Figura 7 – Capas de Revestrés, n. 13, mar/abr. 2014 .....	117
Figura 8 – Capas de Revestrés, n. 2, mai/jun. 2012 .....	118
Figura 9 – Revestrés, p. 86, n. 10, set/out. 2013 .....	120
Figura 10 – Capa de Revestrés, n. 18, jan/fev. 2015 .....	122
Figura 11 – Revestrés, p. 36, n. 1, fev. 2012 .....	125
Figura 12 – Revestrés, p. 62, n. 1, fev. 2012 .....	126
Figura 13 – Revestrés, p. 10, n. 3, jul/ago. 2012 .....	131
Figura 14 - Capa de Revestrés, n. 18, jan/fev. 2015.....	133
Figura 15 - Revestrés, p. 32, n. 3, jul/ago. 2012.....	136
Figura 16 - Revestrés, p. 38, n. 4, set/out. 2012 .....	139
Figura 17 – Revestrés, p. 39, n. 5, set/out. 2012 .....	143
Figura 18 – Revestrés, p. 60, n. 5, set/out. 2012 .....	145
Figura 19 – Revestrés, p. 24-25, n. 5, set/out. 2012 .....	146
Figura 20 – Revestrés, P. 32, n. 6, jan/fev. 2013.....	149
Figura 21 – Revestrés, p. 47, n. 7, mar/abr. 2013.....	151
Figura 22 – Revestrés, p. 70, n. 7, mar/abr. 2013.....	153
Figura 23 – Revestrés, p. 8, n. 7, mar/abr. 2013.....	155
Figura 24 – Revestrés, p. 30, n. 9, jul/ago. 2013 .....	159
Figura 25 – Revestrés, p. 42, n. 12, jan/fev. 2014 .....	163
Figura 26 – Revestrés, p. 8-9, n. 13, mar/abr. 2013 .....	166
Figura 27 – Revestrés, p. 66, n. 14, mai/jun. 2014.....	168
Figura 28 – Revestrés, p. 54, n. 13, jul/ago. 2014 .....	171
Figura 29 – Revestrés, p. 76, n. 16, set/out. 2014 .....	174
Figura 30 – Revestrés, p. 70, n. 17, nov/dez. 2014 .....	175

Figura 31 – Revestrés, p. 42, n. 17, nov/dez. 2014 .....	178
Figura 32 – Revestrés, p. 66, n. 16, jan/fev. 2015 .....	180
Figura 33 – Revestrés, p. 63, n. 19, mar/abr. 2015.....	184
Figura 34 - Revestrés, p. 35, n. 20, mai/jun. 2015.....	187
Figura 35 – Revestrés, p. 67, n. 21, jul/ago. 2015 .....	189
Figura 36 – Revestrés, p. 64, n. 22, out/nov. 2015 .....	193

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Amostra selecionada .....	93
--------------------------------------	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Manifestações culturais em Revestrés.....	95
Gráfico 2 – Localização geográfica das manifestações culturais em Revestrés.....	100
Gráfico 3 - Localização geográfica das manifestações culturais piauienses em <i>Revestrés</i> ...	101

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

JC – Jornalismo Cultural

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
2 CONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DE MEMÓRIAS E IDENTIDADES: o lugar do jornalismo .....	22
2.1 A construção do acontecimento-notícia e os enquadramentos de memória .....	38
2.2 Memórias e esquecimentos no jornalismo: consequências para as identidades .....	44
3 DO JORNALISMO CULTURAL À PROBLEMÁTICA DAS MEMÓRIAS .....	49
3.1 O papel da crítica cultural .....	63
3.2 História e memórias do Jornalismo Cultural no Piauí: contextualização do surgimento e desenvolvimento .....	66
3.3 Inventário das primeiras revistas piauienses.....	73
4 ENTRE ESTRATÉGIAS E TÁTICAS: a atuação da <i>Revestrés</i> no Jornalismo Cultural do Piauí.....	81
4.1 Revista <i>Revestrés</i> : história e atualidades .....	81
4.2 Pressupostos teórico-metodológicos.....	86
4.3 Composição da amostra .....	93
4.4 Visibilidade cultural em <i>Revestrés</i> .....	94
4.5 Estratégias em <i>Revestrés</i> .....	103
4.6 Táticas de <i>Revestrés</i> .....	113
4.7 Estratégias e táticas por edição .....	123
4.7.1 Estratégias da edição número 1 .....	124
4.7.2 Táticas número 1 .....	127
4.7.3 Estratégias da edição número 2.....	128
4.7.4 Táticas da edição número 2.....	131
4.7.5 Estratégias da edição número 3.....	131
4.7.6 Táticas da edição número 3.....	135
4.7.7 Estratégias da edição número 4.....	139
4.7.8 Táticas da edição número 4.....	142
4.7.9 Estratégias da edição número 5.....	142
4.7.10 Táticas da edição número 5.....	146
4.7.11 Estratégias da edição número 6.....	147
4.7.12 Táticas da edição número 6.....	149
4.7.13 Estratégias da edição número 7.....	150

4.7.14 Táticas da edição número 7 .....	153
4.7.15 Estratégias da edição número 8 .....	156
4.7.16 Táticas da edição número 8 .....	156
4.7.17 Estratégias da edição número 9 .....	157
4.7.18 Táticas da edição número 9 .....	158
4.7.19 Estratégias da edição número 10 .....	160
4.7.20 Táticas da edição número 10 .....	160
4.7.21 Estratégias da edição número 11 .....	161
4.7.22 Táticas da edição número 11 .....	162
4.7.23 Estratégias da edição número 12 .....	162
4.7.24 Táticas da edição número 12 .....	163
4.7.25 Estratégias da edição número 13 .....	165
4.7.26 Táticas da edição número 13 .....	165
4.7.27 Estratégias da edição número 14 .....	167
4.7.28 Táticas da edição número 14 .....	168
4.7.29 Estratégias da edição número 15 .....	170
4.7.30 Táticas da edição número 15 .....	170
4.7.31 Estratégias da edição número 16 .....	172
4.7.32 Táticas da edição número 16 .....	173
4.7.33 Estratégias da edição número 17 .....	175
4.7.34 Táticas da edição número 17 .....	177
4.7.35 Estratégias da edição número 18 .....	179
4.7.38 Táticas da edição número 18 .....	180
4.7.39 Estratégias da edição número 19 .....	183
4.7.40 Táticas da edição número 19 .....	183
4.7.41 Estratégias da edição número 20 .....	186
4.7.42 Táticas da edição número 20 .....	186
4.7.43 Estratégias da edição número 21 .....	189
4.7.44 Táticas da edição número 21 .....	191
4.7.45 Estratégias da edição número 22 .....	191
4.7.46 Táticas da edição número 22 .....	193
5 CONSIDERAÇÕES .....	196
REFERÊNCIAS .....	202

## 1 INTRODUÇÃO

Lugar de importância nas sociedades, o jornalismo atua na construção de um discurso sobre o presente social e, para além disso, das memórias coletiva e histórica, a partir da compreensão que faz sobre as relações sociais e as manifestações culturais. Ao operar como lugar de memória, ele também coopera para o fortalecimento das identidades, a partir dos enquadramentos sobre o que é noticiado e sobre a forma como é noticiado. Assim, o campo jornalístico é tratado como fundamental na construção de sentidos que faz do real; sua importância advém da legitimidade que lhe é atribuída para eleger entre os acontecimentos noticiosos, aqueles que serão conhecidos, por meio das publicações e veiculações, e que se tornam centrais na compreensão do mundo. Nesse âmbito, as pessoas que querem se informar se utilizam, entre outras ferramentas, do jornalismo para, através das notícias, acompanharem de casa o que acontece em seu tempo e espaço, depositando sua confiança nessa instituição.

Para além do seu lugar legitimado na sociedade do presente, o jornalismo mantém uma relação dialética com o passado, pois as notícias transcendem o tempo em que são publicadas e ultrapassam a imediatividade própria do ofício, transformando-se em arquivos que podem ser usados, tanto no presente quanto no futuro. Rastros e indícios fabricados pelo jornalismo hoje permanecem disponíveis para novos olhares. Compreender como esses enquadramentos de memórias são engendrados é essencial para se entender como o jornalismo se configura atualmente. As memórias são constituídas de acontecimentos pessoais e coletivos, de personagens e de lugares que recompõem o passado. Segundo Nora (1974), sua construção passa pelos meios de comunicação social que recortam, entre tantos acontecimentos, aqueles que ganharão visibilidade perante a sociedade.

A política, a linha editorial e a própria postura do jornalista podem interferir nessa seleção e produção dos acontecimentos jornalísticos. As consequências das escolhas diárias realizadas no trabalho do jornalista ecoam no tempo por meio das memórias coletivas. Logo, as memórias constituem as identidades na medida em que são importantes enquanto sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo e de sua reconstrução de si. Em consequência disso, destacamos a responsabilidade do profissional da área, pois seu texto não se esvai com a publicação seguinte, mas permanece, ultrapassando o tempo presente. É por isso que deve conceder ao leitor noção sobre os aspectos contextuais sobre os quais se assenta e, além disso, dar subsídios que possibilitem a reflexão sobre a realidade que vivencia, pois o material ultrapassará os ares espaciais e temporais.

Considerando esse dever de adotar atitude reflexiva, optamos por conduzir a pesquisa sobre o jornalismo especializado e consideramos um segmento específico: o de cultura. Acreditamos, com Piza (2009), que cultura pode ampliar horizontes, fazendo com que se compreenda melhor o entorno. E nesse contexto, a função do Jornalismo Cultural (JC) é refletir sobre manifestações, valores, costumes e comportamentos. Há que se analisar a totalidade contextual em que o lançamento de uma obra cultural acontece, remetendo a um olhar ampliado sobre os fatos, mas não se limitando à veiculação das artes, pois cultura é mais. Destacamos que o jornalismo segmentado em cultura atua como lugar de memória sobre as manifestações artísticas e intelectuais, mas também sobre os costumes e os valores, e ressaltamos que é essencial ponderar sobre como as produções estão se consolidando no espaço e no tempo e sobre o que está ficando para as memórias.

A compreensão de que o jornalismo é um dos produtores das memórias culturais chega à construção e ao fortalecimento das identidades. Sublinhado o papel do JC como crítico cultural, que instiga o indivíduo a refletir sobre a cultura, contribuindo no processo de fixação das manifestações como parte das memórias coletivas, esta pesquisa se propõe a investigar a revista especializada em cultura, *Revestrés*. A escolha desse impresso se deu por se destacar na produção do Jornalismo Cultural do Piauí e por ser considerado, com base em pesquisas preliminarmente realizadas, que trabalha de maneira significativa, constituindo-se ao longo da sua trajetória como um veículo de comunicação que valoriza a cultura com a qual trata e colabora com a valorização de características que a distinguem de outras, ora elevando pontos próprios dos costumes e práticas piauienses, ora criticando a falta de outros, como o despertar para a arte<sup>1</sup>. Resta-nos saber quais aspectos identitários a revista quer revelar ou esconder.

O empenho sobre a temática decorre de estudos realizados à época da graduação, culminando com a pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso defendido em 2011, no curso de Comunicação Social, na Universidade Estadual do Piauí, cuja análise se baseou em revistas de circulação nacional. A continuidade da pesquisa através da Pós-Graduação em Comunicação fez crescer o interesse pelo tema do Jornalismo Cultural, ampliando nossa visão e nos concedendo uma percepção mais crítica sobre o gênero. Aquilo sobre o que, inicialmente, lançávamos um olhar sobre a produção nacional, permitiu-nos mudar o espaço analítico, assim como nos possibilitou considerar os aspectos da imprensa local, sob o contexto da cultura

---

<sup>1</sup> Tais considerações sobre a revista *Revestrés* foram extraídas de artigo apresentado pela autora no GT de História do Jornalismo, durante o 10º Encontro Nacional de História da Mídia - Alcar 2015, em Porto Alegre - RS. Sob o título *Memória coletiva e identidade piauiense nas páginas de Revestrés*. O trabalho de Mayara Sousa Ferreira (2015) foi publicado nos anais do evento.

piauiense, que valorizamos e da qual fazemos parte. A proposta agora é nos desdobrarmos sobre as publicações disseminadas no Piauí, observando seu papel no contexto de construção das memórias e também no processo de fortalecimento das identidades culturais.

Assim, considerando a propagação da imprensa especializada em cultura no jornalismo brasileiro, como um lugar de aprofundamento e reflexão sobre o que acontece na sociedade, é que elegemos a produção local para um estudo mais arraigado na intenção de contribuir para o conhecimento sobre o papel do Jornalismo Cultural na construção das memórias e identidades, no âmbito regional da cultura piauiense. Elegemos a revista veiculada no Piauí para a investigação, pautados nos seguintes questionamentos que procuramos responder ao longo dessa pesquisa: 1) Como a revista *Revestrés* atua no contexto de construção das memórias e fortalecimento das identidades sobre a cultura piauiense nos tempos atuais? 2) Quais indícios podem ser encontrados a respeito da cultura local nessa revista? 3) Como as identidades piauienses são construídas discursivamente e quais aspectos são valorizados nesse impresso?

Com base em tais inquietações, levantamos as seguintes hipóteses: a revista *Revestrés* contribui para a construção das memórias e identidades culturais do Piauí ao trabalhar temáticas locais entre estratégias e táticas e ao contextualizar discussões, expandindo a esfera de tratamento, com reflexões críticas propícias ao segmento, deixando rastros e pistas das manifestações da sociedade atual que colocam a revista como lugar de memória sobre os costumes, vivências e atividades artísticas; dá destaque e notoriedade às manifestações artísticas, considerando a cultura como algo mais ligado às artes (literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura e cinema), ao clássico, ao erudito e não à cultura em um sentido mais antropológico; através de estratégias e táticas, o impresso prioriza a investigação e levanta questionamentos acerca da produção cultural do Piauí e da sua valorização, produz reflexões e discussões que ecoam nas memórias coletiva e histórica, deixando rastros e indícios no Estado; por fim, supomos que esse impresso destaca peculiaridades dos piauienses e as coloca em discussão, valorizando aspectos culturais do estado que já estão postos e, assim, contribuindo para o fortalecimento das identidades, mas também propondo sua reconstrução a partir do reconhecimento de outras características.

Assim, a pesquisa tem como objetivo principal analisar o papel da revista *Revestrés* na (re)construção das memórias e das identidades piauienses, através do uso de estratégias e táticas. Como objetivos específicos, temos: 1) caracterizar as temáticas trabalhadas e a frequência das manifestações culturais que aparecem na revista; 2) investigar como a publicação trabalha, a partir de estratégias e táticas, a cultura piauiense e quais rastros deixa para as memórias coletiva e histórica; 3) averiguar quais aspectos identitários e mnemônicos da

cultura piauiense estão sendo construídos, reconstruídos e valorizados na revista produzida, editada e veiculada no Piauí.

Para tanto, utilizamos as abordagens quantitativa e qualitativa, por se tratar de um estudo baseado na aparição e frequência de temas como elementos de avaliação e, ao mesmo tempo, por entender que os dados numéricos muito significam, sendo preciso realizar inferências sobre o material encontrado, carecendo de interpretações veementes dos documentos. Segundo Teixeira (2009), a pesquisa quantitativa, utiliza-se da matemática para avaliação da frequência, descrição e avaliação das causas dos fenômenos abordados, enquanto a qualitativa se caracteriza como sendo o estudo onde o pesquisador busca a compreensão do contexto e, para tanto, observa, descreve e interpreta os fatos, enfatizando o processo, mas com hipóteses menos estruturadas e mais flexíveis.

Quanto aos procedimentos adotados, dividimos em etapas, que se basearam nas pesquisas exploratória, bibliográfica e documental, consecutivamente. Nessa última etapa, realizamos, primeiro, um mapeamento dos temas mais abordados nas publicações, por meio da análise de conteúdo, de forma que os conteúdos subentendidos e aparentes sejam compreendidos pela visibilidade concedida, possibilitando que seja traçado o perfil da revista por meio dos resultados e de interpretações sobre o material examinado. Como ressalta Bardin (1977, p. 38), “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de conteúdo de mensagens”. Mas, além disso, o método possibilita interpretação da amostra reunida para buscar a compreensão frente aos resultados imediatos, por meio de inferências que recorrem a indicadores quantitativos.

Em seguida, analisamos as estratégias e táticas das 22 edições que compõem a amostra, inicialmente, avaliadas de forma geral, depois, por edição, desde a primeira publicação de 2012 até a última de 2015. Embasamos essa investigação na perspectiva de Michel de Certeau (2014), que propõe uma atenção às criatividades empreendidas cotidianamente e nos ajuda a deslocar os olhares para perceber as relações que se dão entre as práticas culturais. Então, as estratégias são entendidas como “cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder é isolável de um ‘ambiente’. Ela postula um lugar capaz de ser circunscrito como um *próprio* e portanto capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com a exterioridade” (CERTEAU, 2014, p. 45. *Grifos do autor*). Já as táticas, situam-se no ambiente do outro, da negociação e apropriação, portanto, “insinua, fragmentariamente, sem apreendê-lo por inteiro, sem poder retê-lo à distância. Ela não dispõe de base onde

capitalizar os seus proveitos, preparar suas expansões e assegurar sua independência em face das circunstâncias” (CERTEAU, 2014, p. 45-46).

Sob esse contexto, estruturamos a dissertação em três capítulos: 1º) Construção e reconstrução de memórias e identidades: o lugar do jornalismo; 2º) Do Jornalismo Cultural à problemática das memórias; 3º) Entre estratégias e táticas: a atuação da *Revestrés* no Jornalismo Cultural do Piauí. A discussão do primeiro capítulo teórico inicia com a compreensão de *lugar de memória* de Pierre Nora (1993); jornalismo como lugar de memória, de Ana Regina Rêgo (2012; 2014); profissionais da memória de Jacques Le Goff (2013); e jornalistas como "senhores da memória", de Marialva Barbosa (2004). Abordamos a temática da memória com base em autores, como Maurice Halbwachs (2006) e Michel Pollak (1989; 1992), e inferimos sobre como se dá o processo de construção das identidades dentro do processo de construção das memórias, usando como referência para a conceituação de identidades Stuart Hall (2004) e Upiano Meneses (1984). Ressaltamos que o debate não se centra somente nos autores citados, mas vai além, na tentativa de entender o papel do jornalismo, enquanto lugar de memória.

No capítulo que segue, levamos o debate para o jornalismo especializado em cultura. Abordamos os conceitos de cultura para oferecer subsídios sobre a abrangência e o papel do Jornalismo Cultural na sociedade. Também ressaltamos que a abordagem escolhida para trabalhar o conceito de cultura neste trabalho, não obstante ao grande debate existente sobre o tema e à falta de um conceito único e universal, encosta-se nos Estudos Culturais. O objetivo dessa ligação da discussão sobre cultura ao Jornalismo Cultural é enfatizar sua abrangência, seu papel, os temas que a editoria de cultura pode trabalhar e as responsabilidades que permeiam o jornalista que trabalha nos cadernos e editorias de cultura. Debates o Jornalismo Cultural como espaço para difusão e análise crítica das culturas, um campo reflexivo, ressaltando o papel da crítica cultural na constituição das identidades. Contextualizamos, ainda, sobre o surgimento e desenvolvimento do Jornalismo Cultural no Piauí e elencamos as primeiras revistas piauienses para entender qual o contexto que precedeu a chegada da revista *Revestrés* no Estado.

No último capítulo, iniciamos com a apresentação da revista *Revestrés*, percorrendo a história desse veículo, apresentando os aportes que levaram ao seu surgimento, apontando a proposta com que a revista foi lançada e quem a está produzindo hoje. Após discutirmos sobre o referencial metodológico que norteou esta pesquisa, esclarecendo cada etapa realizada, expomos a amostra, nomeando os exemplares que compõem a investigação. Só então, realizamos a análise sobre a visibilidade cultural em *Revestrés*, baseados na metodologia da análise de conteúdo, seguida da investigação sobre as estratégias e táticas da proposição de Certeau (2014). Primeiro, avaliamos os aspectos que se apresentam como sendo dos tipos

estratégico e tático de forma geral no periódico, depois, por edição. Encerramos com as considerações sobre a pesquisa realizada.

## 2 CONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DE MEMÓRIAS E IDENTIDADES: O LUGAR DO JORNALISMO

Ao jornalismo é atribuída e legitimada a função de selecionar acontecimentos e torná-los conhecidos através da notícia. Baseada em critérios pragmáticos e objetivos, mas também significativamente subjetivos, a imprensa é um dos meios que organiza e estrutura os fatos a serem expressos e, possivelmente, lembrados pela sociedade. Através da mídia, as pessoas acompanham o que acontece ao redor, perto ou longe. Sendo assim, as instituições jornalísticas contribuem para a compreensão do mundo, com o papel de selecionar os acontecimentos noticiosos, aqueles que serão conhecidos e centrais na construção da realidade social, já que não se pode colocar todos ao alcance do público. Na construção dessa realidade social, o jornalismo registra e retém assuntos que podem ser lembrados e relega ao esquecimento outros tantos.

As notícias registradas e veiculadas nos diferentes meios de comunicação diariamente podem ser consideradas fontes documentais para o presente e para o futuro. Mais que isso, a mídia, em geral, e o jornalismo, em particular, fabricam restos, vestígios e rastros que podem ajudar a construir memórias consideradas válidas para as sociedades contemporâneas, permeando o presente pelo passado. Sendo assim, entendemos que o material jornalístico transcende o tempo presente e a imediaticidade própria do ofício, ou seja, consideramos o jornalismo como um lugar de certas memórias. Para chegar a essa compreensão, embasamos a discussão, inicialmente, em Pierre Nora (1993), na sua percepção sobre os lugares de memória, afinando o debate sobre o papel do jornalismo na construção mnemônica com base no que as pesquisadoras Ana Regina Rêgo (2012; 2014) e Marialva Barbosa (2004) empreendem sobre a temática. Para além desses autores, percorremos as conceituações de memórias, com base em Maurice Halbwachs (2006) e Michel Pollak (1992; 1989), e utilizamos, ainda, para enriquecer o debate as proposições de Jacques Le Goff (2013) e Marcos Palacios (2010). Sobre identidades, utilizamos os conceitos de Stuart Hall (2004; 2003) e Ulpiano Meneses (1984). Ressaltamos que esses não são os únicos, mas os principais pensadores utilizados neste capítulo.

Na preocupação com os "lugares de memória", Nora (1993, p. 12-13) propõe que eles "são, antes de tudo, restos [...]. O que secreta, veste, estabelece, constrói, decreta, mantém pelo artifício e pela vontade uma coletividade fundamentalmente envolvida em sua transformação e sua renovação". A memória, segundo ele, é atual, pois é carregada pelos grupos e transferida de uns para outros no presente, é o que os une, identifica; ela é afetiva, porque as lembranças podem estar nos sentimentos das pessoas; a memória pode estar também no gesto, no hábito,

nos saberes. Podemos acrescentar que a memória é, portanto, objeto da cultura das coletividades, por isso mesmo, vulnerável a manipulações e deformações. Os lugares onde a memória se cristaliza não são necessariamente locais geograficamente estabelecidos, mas aqueles onde é possível encontrar marcas de ligações coletivas, de ordem simbólica. "Museus, arquivos, cemitérios e coleções, festas aniversários, tratados, processos verbais, monumentos, santuários, associações são os marcos testemunhas de uma outra era, das ilusões de eternidade" (NORA, 1993, p. 13). Assim, a criação desses espaços está ligada ao dever que cada grupo tem de afiançar sua identidade, um dever que vem da ideia de que é preciso criar e conservar arquivos e datas comemorativas para operacionalizar as memórias identitárias e coletivas, porque não há memórias espontâneas.

Menos a memória é vivida no interior mais ela tem necessidade de suportes exteriores e de referências tangíveis de uma existência que só vive através delas. Daí a obsessão pelo arquivo que marca o contemporâneo e que afeta, ao mesmo tempo, a preservação integral de todo o passado. O sentimento de um desaparecimento rápido e definitivo combina-se à preocupação com o exato significado do presente e com a incerteza do futuro para dar ao mais modesto dos vestígios, ao mais humilde testemunho a dignidade virtual do memorável (NORA, 1993, p.14).

Para Nora (1993), o que há, realmente, é medo de perda da memória, necessidade de registrar a história de grupos, de pessoas e de marcar no tempo e no espaço por meio de lembranças. Estas são capazes de reconstituir o passado até de forma minuciosa, mas as memórias são apenas reconstituições daquilo que podemos lembrar. O pressuposto desse autor é de que nossa época é uma grande produtora de arquivos mnemônicos, produzidos espontaneamente e a partir de uma preocupação com os rastros e vestígios. "Não somente tudo guardar, tudo conservar dos sinais indicativos da memória, mesmo sem se saber exatamente de que memória são indicadores. Mas produzir arquivo é o imperativo da época" (NORA, 1993, p. 16). Essa multiplicação de memórias demonstra sociedades que reivindicam sua própria história, suas identidades, é por isso que em tempos modernos a preocupação em marcar as memórias coletivas e individuais "faz de cada um historiador de si mesmo" (NORA, 1993, p. 17).

Para o autor supracitado, é o dever de memória que impera sobre cada indivíduo, marginalizado da memória oficial ou não. "Todos os corpos constituídos, intelectuais ou não, sábios ou não, apesar das etnias e das minorias sociais, sentem a necessidade de ir em busca de sua própria constituição, de encontrar suas origens" (NORA, 1993, p. 17). A consciência individual se encarregaria de lembrar e relembrar, encontrando o pertencimento na memória geral pela memória particular. "Menos a memória é vivida coletivamente, mais ela tem

necessidade de homens particulares que fazem de si homens-memória" (NORA, 1993, p. 18). No entanto, o pesquisador enfatiza que essa era da memória tragada em si mesma através do sujeito cede espaço a uma mudança de percepção sobre os objetos, certo de que não existe mais um homem-memória, mas lugares de memória.

São lugares, com efeito, nos três sentidos da palavra, *material, simbólico e funcional*, simultaneamente, somente em graus diversos. Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica. Mesmo um lugar puramente funcional, como o manual de aula, um testamento, uma associação de antigos combatentes, só entra na categoria se for objeto de um ritual. Mesmo um minuto de silêncio, que parece o exemplo extremo da significação simbólica, é ao mesmo tempo o recorte material de uma unidade temporal e serve, periodicamente, para uma chamada concentrada da lembrança. *Os três aspectos coexistem sempre* (NORA, 1993, p. 21. *Grifo nosso*).

Segundo Nora (1993), os acontecimentos são instrumentos da memória, mas somente se forem de dois tipos: aqueles notados somente no momento, mas que podem se configurar como origem de outros ou mesmo como rupturas, por vezes, sendo lhes atribuído esse peso somente tempos depois; e os acontecimentos que são "carregados de um sentido simbólico e que são eles próprios, no instante de seu desenvolvimento, sua própria comemoração antecipada; a história contemporânea, interposta pela mídia, multiplicando todos os dias tentativas de nati-mortos" (NORA, 1993, p. 25). Assim sendo, os lugares de memória, para o historiador, são lugares de significados e simbologias, "um lugar duplo: um lugar de excesso, fechado sobre si mesmo, fechado sobre sua identidade, e recolhido sobre seu nome, mas constantemente aberto sobre a extensão de suas significações" (NORA, 1993, p. 27).

Assim, com base nas qualidades dos lugares de memória colocadas por Nora (1993) de que eles ultrapassam o espaço material, físico e geograficamente estabelecidos, abrangendo também o campo simbólico e funcional, consideramos, com Rêgo (2012), o jornalismo como o lugar de uma certa memória. Para ela, o lugar de memória é aquele que possibilita recorrência aos acontecimentos vivenciados por uma coletividade, um lugar de permanência, onde é possível presentificar o passado por meio das lembranças estimuladas pelo cheiro, pela audição e por leituras. Desse modo, a pesquisadora articula uma discussão tomando o jornalismo como construtor de certa memória, uma vez que ele está sujeito a constrangimentos políticos e econômicos capazes de intervir e influir no processo de investigação e veiculação dos acontecimentos que podem se tornar fontes documentais.

A partir desse posicionamento, Rêgo (2012, p. 12) acrescenta que a memória é "um dos fatores constituintes e mais influentes do senso de pertencimento social e da identidade individual e cultural". Com ela, enfatizamos a importância do jornalismo nesse contexto de

enquadramento do passado em uma ação que se dá no presente, mas que se perpetua por meio da memória e, ao mesmo tempo, ressaltamos o seu papel no fortalecimento das identidades. Ao atuar na seleção diária sobre acontecimentos noticiosos, aqueles que serão conhecidos e centrais na construção social da realidade, as instituições jornalísticas contribuem para a compreensão do mundo, com o papel de eleger o que poderá, eventualmente, permanecer na lembrança da sociedade. Consequentemente, os veículos midiáticos podem intervir também no processo de fortalecimento identitário, ao enfatizar assuntos que podem ficar como pistas para as memórias, mas, ao mesmo tempo, provocando, por vezes, esquecimentos.

Há, portanto, uma constante negociação entre as memórias individuais para definição do que se perpetuará na coletiva. As memórias são tensionadas, mas também podem ser intencionais. No jornalismo, as memórias construídas estão entre essa articulação de memórias propositais e, por isso mesmo, pressionadas. Nos veículos de comunicação, as negociações se estabelecem visivelmente sobre os assuntos que serão pautados, sobre os ângulos que as notícias serão trabalhadas; essas disputas se refletem na definição sobre o que se vinculará às memórias das sociedades por meio do campo jornalístico. São as "negociações de sentido que se operam no espaço midiático e forjam enquadramentos de memória, que reforça o seu caráter mnemônico, pois se coloca a posteriori de seu tempo de construção, como um suporte disponível para retorno e ressignificação histórica" (RÊGO, 2014, p. 23).

Conhecemos a realidade social, em grande parte, através da mídia. Como um lugar de verdade<sup>2</sup>, o jornalismo acaba sendo o recinto onde as pessoas buscam informações autênticas, confiáveis, reais, embora o presente social constituído pelas relações sociais, negociações e disputas de espaço (midiáticas ou não), não seja de fato reflexo, mas uma construção. O campo jornalístico é tratado como fundamental nessa construção discursiva da realidade social. Sua importância advém da legitimidade que lhe é atribuída em selecionar acontecimentos e noticiá-los. Consequentemente, o jornalismo chega a pautar conversas frequentemente e, assim, ecoa para além do tempo que prioriza, o presente, guardando acontecimentos e, mais do que isso, arquivando pontos de vista, "reunindo em seu discurso narrativas do cotidiano que embora singulares no momento de sua noticiabilidade, não possuem dimensão de fato histórico, logo o

---

<sup>2</sup> A ideia de lugar de verdade é colocada com base nas acepções foucaultianas sobre condição de verdade e vontade de verdade. Para Foucault (1979), existem lugares de verdade dentro de regimes de verdade criados pela sociedade. E regimes de verdade são aquilo que corrobora para que o discurso seja reconhecido, ou seja, os tipos de discurso que a coletividade acolhe e faz funcionar como verdadeiros, ainda que deles não se aproprie. Embora Foucault não abarque diretamente o jornalismo nessa percepção, podemos inferir que o jornalismo está atrelado a uma condição de verdade e a uma vontade de verdade e ainda que a afirmação do campo está ligada a isso.

jornalismo atua sobre a memória coletiva e com esta se relaciona simbioticamente" (RÊGO, 2014, p. 25).

O fato é que: "enquadradas, manipuladas ou somente trabalhadas, o jornalismo guarda em si, memórias sociais que podem ser acessadas a qualquer tempo e que não se encontram cristalizadas, mas fazem parte de um jogo em que podem ser confrontadas e até modificadas" (RÊGO, 2014, p. 25). Pela consciência da possibilidade de manipulação, de direcionamento da informação ou cobertura conforme interesses nem sempre objetivos, mas um tanto pessoais, acreditamos que seja necessário ativar a confrontação do discurso jornalístico com outras formas e suportes narrativos sobre o mesmo acontecimento ou episódio, como bem adverte a pesquisadora: "vale recorrer a outros espaços, fontes e vestígios para confrontar uma memória midiática/jornalística que não perde seu lugar, mas que necessita ser retrabalhada para se aproximar de uma condição de verdade" (RÊGO, 2014, p. 28). A proposta é, a partir da comparação, interpretar e dar visibilidade a aspectos que, por motivos variados, podem ter sido excluídos no processo de construção da notícia e, possivelmente, dos relatos mnemônicos do suporte informativo.

De acordo com Barbosa (2004), o discurso jornalístico é legitimado e válido, passível de consulta futura, por isso é que o jornalista pode ser considerado, segundo ela, um dos "senhores da memória". Mas o que a pesquisadora propõe é uma revisão crítica sobre essa proposição, pois, considera que, por não poder informar a totalidade de acontecimentos, escolhe os temas que serão veiculados e que poderão ser lembrados, esquecendo outros tantos em um processo de seleção um tanto subjetivos. O jornalismo registra os acontecimentos que quebram a normalidade, e "ao selecionar o fato, transpondo-o do lugar da normalidade para o da anormalidade, transformando-o em acontecimento, e ao escolher a forma narrativa, o jornalista está constituindo o próprio acontecimento e criando uma memória da atualidade" (BARBOSA, 2004, p. 4), da mesma forma, "ao selecionar o que deve ser notícia e o que vai ser esquecido, ao valorizar elementos em detrimento de outros, a mídia reconstrói o presente de maneira seletiva, construindo hoje a história desse presente e fixando para o futuro o que deve ser lembrado e o que precisa ser esquecido" (BARBOSA, 2004, p. 4).

Mas, além de toda seletividade própria do trabalho jornalístico, o leitor também seleciona, entre aquilo que foi publicado, o que vai ler, o que vai dar atenção. É preciso ter consciência de todo o processo de construção que envolve o jornalismo e do contexto que o cerca, pois ele não é o único meio que faz a sociedade lembrar-se de algo, mas somente uma das muitas narrativas capazes de fazer isso. Levamos em conta ainda que nenhuma delas pode narrar a totalidade, apreender tudo, pelo contrário, a percepção se baseia em uma atenção

seletiva, como a própria Barbosa (2004, p. 2-3) coloca: "o narrador escolhe os elementos do seu relato, mesmo quando pretende que nada lhe escape. O conjunto de unidades registradas será sempre um subconjunto do que realmente se passou". Sendo assim, o presente social construído pelos veículos midiáticos não é exatamente um espelho da realidade, porque os meios de comunicação tomam decisões, seguem uma política e uma linha editorial que interferem e influenciam na maneira de escolher as pautas, de construir as notícias e, portanto, de elaborar essa realidade social, conforme as demandas do tempo e espaço.

Mesmo assim, "é dado aos jornalistas o estatuto de produção de um discurso considerado como crível, ou melhor, de um discurso acreditado como verídico" (BARBOSA, 2004, p. 4). O jornalismo tem esse lugar legitimado de fala na sociedade, seu conteúdo é credível, apesar de toda carga de subjetividade que o engendra. Assim é que, ao lermos ou termos acesso ao produto jornalístico cotidiano, não questionamos seus relatos, nem atentamos, na maior parte das vezes, para o que não foi noticiado, para o que foi esquecido. Confirmando nossa reflexão, destacamos a proposição de Barbosa (2004, p. 4-5) de que o conteúdo emitido pelo jornalismo sobre os acontecimentos e temas diversos "é revestido da característica de crível antes de qualquer outra presunção. [...] Não existe a possibilidade de invenção da realidade no mundo do jornalismo, em função de ser atribuída aos produtores desse discurso à outorga de poder realizar somente um discurso tido como verdadeiro".

Com a autora mencionada, destacamos que, assim como o jornalismo, a memória é seletiva e plural. Nessa ação de selecionar o que pode ser lembrado, engendram-se disputas de poder sobre as memórias e lembranças e sobre o que poderá ficar nas memórias válidas e oficiais, como também o que poderá ser esquecido, disputas estas que acontecem no presente, tempo de sua construção. Nesse aspecto, acreditamos que "a escrita confere à memória um caráter oficial, uniformizador e, ao mesmo tempo, doutrinador" (BARBOSA, 2004, p. 6). Daí, a contribuição do jornalismo para a conservação de uma memória publicada, oficializada, em contraponto existe sempre uma memória silenciada e esquecida. Por isso, acreditamos que o jornalismo ajuda a guardar certa memória da sociedade, na medida em que, ao acompanhar o desenrolar de acontecimentos, retém assuntos que poderão ser lembrados pela sociedade e, ao mesmo tempo, cobra um desfecho dos que devem ser atualizados, funcionando como uma espécie de pressão sobre aquilo que não pode ser relegado ao esquecimento ou do que não pode ser silenciado, mas, ao mesmo tempo, esquecendo e silenciando outros acontecimentos no processo de seleção noticiosa.

Sendo assim, o trabalho de enquadramento da memória pode ser organizado por jornalistas por meio da revificação do acontecimento como notícia, com repercussão e

contribuição de seu desempenho sobre a formação e consolidação das memórias oficiais. Da mesma forma, concedemos ao jornalismo um importante papel, portanto, ao operar sobre a construção das memórias a partir do enquadramento e veiculação das relações e manifestações socioculturais, contribuindo, de tal modo, para reafirmação das identidades. Vale ressaltar que os veículos midiáticos não são os únicos a atuarem na formação da realidade social, assim como no arquivamento de lembranças e na construção das identidades, mas seu lugar nesse contexto é notório diante do cenário atual de preocupação das sociedades com sua história e memória e isso ocorre porque elas querem, de fato, fortalecer suas identidades. São muitos os estudiosos que concordam com a assertiva de que existe inquietação social e desejo de conservar suas histórias e memórias, além de Nora (1993), podemos apontar Le Goff (2013) e Palacios (2010).

Le Goff (2013, p. 390) destaca que a sociedade compartilha desse medo de perda da memória diante das "manipulações conscientes ou inconscientes que o interesse, a afetividade, o desejo, a inibição, a censura exercem sobre a memória individual. Do mesmo modo, a memória coletiva foi posta em jogo de forma importante na luta das forças sociais pelo poder". Para o autor, aquilo que por tanto tempo estabilizou o mundo social está em declínio, fazendo surgir novas memórias, pois "tornarem-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas". Assim é que consideramos, com base no autor, que a existência de silêncios e também de esquecimentos provam o quanto a memória coletiva é passível de manipulação.

Pesquisa, salvamento, exaltação da memória coletiva não mais nos acontecimentos mas ao longo do tempo, busca dessa memória menos nos textos do que nas palavras, nas imagens, nos gestos, nos ritos e nas festas; é uma conversão do olhar histórico. Conversão partilhada pelo grande público, obcecado pelo medo de perda da memória, de uma amnésia coletiva, que se exprime desajeitadamente na *moda retrô*, explorada sem vergonha pelos mercadores de memória desde que a memória se tornou um dos objetos da sociedade do consumo que se vendem bem (LE GOFF, 2013, p. 432)

Para Le Goff (2013), a memória é também um fenômeno individual, está ligada a funções psíquicas e é também própria da vida social, preocupação dos grupos, do Estado. Por isso mesmo, encaixa-se no âmbito da interdisciplinaridade, podendo ser estudada, por exemplo, pela psicologia, psiquiatria, psicanálise, biologia, antropologia, sociologia. O autor declara que os fenômenos da memória são resultados das dinâmicas de organização, pautadas no processo de construção e reconstituição, seja em que âmbito for. Ao lado da memória convivem as amnésias ou esquecimentos, que, igualmente, não são apenas inquietações individuais, mas

também implicam "a falta ou perda, voluntária ou involuntária, da memória coletiva nos povos e nas nações, que pode determinar perturbações graves da identidade coletiva" (LE GOFF, 2013, p. 389).

Le Goff (2013) enfatiza que as memórias são elementos das identidades, portanto, pode ser considerada objeto de poder, isso porque a memória se tornou um dos artefatos de consumo da sociedade contemporânea que se vende bem. "A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar *identidade*, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia" (LE GOFF, 2013, p. 435), por isso mesmo um verdadeiro instrumento de poder disputado nas sociedades. Mas, enquanto lugar de memória, o jornalismo tem o papel de democratizá-la e é o autor acima mencionado que lhe concede essa função ao tratar o profissional da área como um cientista da memória, junto com outros profissionais, a exemplo de antropólogos, historiadores e sociólogos: "cabe, com efeito, aos profissionais científicos da memória, antropólogos, historiadores, *jornalistas*, sociólogos, fazer da luta pela democratização da memória social um dos imperativos prioritários da sua objetividade científica" (LE GOFF, 2013, p. 436, *grifo nosso*). Portanto, Le Goff (2013) confirma nossa articulação sobre o jornalismo como um importante papel sobre o processo de construção das memórias.

Assim como Le Goff (2013), Palacios (2010, p. 38-39) reitera a preocupação generalizada da coletividade com a conservação da memória. Segundo ele, "nunca em tempos históricos nossa sociedade esteve tão envolvida e ocupada em processos de produção de memória; nunca o estoque de memória social esteve tão fácil e rapidamente disponível, bem como o jornalismo tão centralmente localizado em meio a tudo isso". O autor faz essa reflexão, considerando a velocidade que as tecnologias midiáticas impõem aos tempos modernos, onde o presente é contínuo, mas ao mesmo tempo de curta duração; onde o jornalismo se coloca como instantâneo da realidade, que se renova a cada dia em relatos ininterruptos nas coberturas midiáticas.

Para o pesquisador, o jornalismo se concentra em meio a um debate paradoxal no que diz respeito à memória: de um lado é considerado instantâneo, não duradouro, imediato, momentâneo, centrado em um tempo mutante, veloz e extremamente passageiro, o presente, característica dos tempos atuais; de outro lado, é considerado um lugar de memória, onde se produzem registros para apropriação histórica em tempos posteriores. Nesse sentido, de "papel de embrulhar peixe" o jornal passa a ser considerado arquivo, onde podem ser encontrados vestígios e marcas de apresentação e representação do passado. Para tanto, basta um olhar atento, que parte do senso comum para a pesquisa científica e apropriação acadêmica, com base

nos parâmetros teórico-metodológicos de apreensão do passado a partir de indícios presentes nos meios de comunicação e no jornalismo (PALLACIOS, 2010).

Percebe-se de imediato o duplo lugar ocupado pelo jornalismo, desde a Modernidade: espaço vivo de produção da Atualidade, lugar de agendamento imediato, e, igualmente, lugar de memória, produtor de repositórios de registros sistemáticos do cotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica. E, nesse sentido, pode ser tão importante para a (re)construção histórica aquilo que se publica nos jornais e se diz no rádio e na TV, como aquilo que não se publica, que não se diz: o dito e o interdito (PALLACIOS, 2010, p. 39-40).

Sendo o jornalismo "memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado" (PALACIOS, 2010, p. 40-41), ele é produtor de um relato contínuo, ao mesmo tempo, contraditório, passível de manipulação, convergente e também divergente, não obstante às pretensões de neutralidade e imparcialidade próprias do ofício. Por isso, o jornalismo acaba sendo um local de disputas e conflitos, não existindo, portanto, versões únicas, corretas e harmônicas. O contexto interfere e repercute nas memórias que ele ajuda a construir. Essa noção é perceptível a partir de um olhar sobre o processo do fazer jornalístico empreendido dia a dia.

Segundo Pallacios (2010), há, atualmente, um reforço e estímulo no uso dos recursos de memória durante a produção e escrita da notícia, completando na produção de "reportagens de cunho memorialístico" sobre datas de aniversários de nascimento, criação, mortuário ou fim, especiais com retrospectivas, além das clipagens que dizem respeito a outro instrumento dos novos usos da memória. A memória termina sendo não só um fim do jornalismo, mas também um recurso usado no cotidiano durante as produções de notícias, apresentando-se através de rememorações de acontecimentos já passados, mas parecidos com os da atualidade. Destarte, "um olhar mais atento e analítico às páginas de uma única edição de um jornal revela que o trabalho de memória é uma recorrência na construção do retrato do presente, cotidianamente produzido pela atividade jornalística" (PALLACIOS, 2010, p. 42).

Diante do exposto sobre a relação entre memória e jornalismo, inferimos e ressaltamos três frentes interligadas no fazer diário e profissional, que podem ecoar e se perpetuar do tempo presente para o passado: 1) jornalismo como lugar de memória, que vai além de seu lugar enquanto fonte de pesquisa sobre episódios noticiados a respeito de grupos de tempos passados; 2) jornalismo como memória da sociedade ao acompanhar, lembrar e guardar lembranças de casos junto às pessoas; 3) jornalismo como memória de e para si mesmo ao utilizar-se como fonte e base de dados para dar continuidade às coberturas de acontecimentos já veiculados,

como no caso de reportagens investigativas e dossiês. Em seu tempo, o jornalismo fala de si, de seu modo de escrever, da forma como um acontecimento foi noticiado.

Nesse contexto de expansão sobre tais discussões, ressaltamos que a memória extrapola o físico porque é uma construção social. Maurice Halbwachs (2006, p. 102), nos anos de 1920 e 1930, já destacava que a memória é um fenômeno coletivo e social que está sujeito a flutuações, transformações, mudanças constantes. Segundo esse autor, a memória é constituída de acontecimentos (pessoais e coletivos), de personagens e de lugares. É, portanto, um conjunto de lembranças sobre os episódios; essas recordações podem ser frutos do envolvimento pessoal ou do testemunho como espectador, podendo a memória, desse modo, ser individual e coletiva, conforme a sua forma de organização. A memória individual se refere às lembranças pessoais e subjetivas que cada sujeito carrega sobre episódios. Mas esses acontecimentos podem ser representados com mais intensidade, quando o indivíduo une suas recordações às de outros, assumindo importância maior para nós mesmos. Uma e outras pessoas juntando suas lembranças sobre uma ocorrência do passado dão mais autenticidade e oferecem mais detalhes sobre o caso, construindo o que o autor chama de memória coletiva.

Não basta reconstituir pedaço por pedaço a imagem de um acontecimento passado para obter uma lembrança. É preciso que esta reconstituição funcione a partir de dados ou de noções comuns que estejam em nosso espírito e também no dos outros, porque elas estão sempre passando destes para aqueles e vice-versa, o que será possível se somente tiverem feito e continuarem fazendo parte de uma mesma sociedade, de um mesmo grupo (HALBWACHS, 2006, p. 39).

O principal ponto defendido por Halbwachs na obra "Memória Coletiva" (2006) é de que as duas memórias (coletiva e individual) se entrelaçam, associam e interpenetram. "Nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos. Isto acontece porque jamais estamos sós" (HALBWACHS, 2006, p. 30). Enquanto sujeitos sociais que somos, sempre carregamos em nós um pouco dos outros. Assim sendo, é necessário ter a percepção do grupo para que nossas impressões pessoais ganhem uma base, ou seja, as lembranças individuais dependem das circunstâncias coletivas para representá-las. Ao mesmo tempo, a memória coletiva tem duração porque tem como suporte as pessoas, são elas que se lembram.

A importância que o autor acima mencionado concede à memória advém da defesa de que as recordações pessoais estão subordinadas aos contextos sociais. Ninguém pode se lembrar de acontecimentos subjetivos sem fazer referência a episódios vivenciados pelo grupo, sendo

assim, a memória individual converge com a coletiva; a primeira está associada à segunda. "Para evocar seu próprio passado, em geral a pessoa precisa recorrer às lembranças de outras, e se transportar a pontos de referência que existem fora de si, determinados pela sociedade", conseqüentemente, "o funcionamento da memória individual não é possível sem esses instrumentos que são as palavras e as ideias, que o indivíduo não inventou, mas toma emprestado de seu ambiente" (HALBWACHS, 2006, p. 72). A defesa é de que a memória individual está sujeita à coletiva, ou seja, ninguém pode se lembrar sozinho, pois é preciso recorrer à sociedade, ao seu ambiente para dar mais exatidão às recordações pessoais. Por outro lado, a memória coletiva se constitui também da memória individual.

Se a memória coletiva tira sua força e sua duração por ter como base um conjunto de pessoas, são os indivíduos que se lembram, enquanto integrantes do grupo. Desta massa de lembranças comuns, umas apoiadas nas outras, não são as mesmas que aparecerão com maior intensidade a cada um deles. De bom grado, diríamos que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva, que esse ponto de vista muda segundo o lugar que ocupo e que esse mesmo lugar muda segundo as relações que mantenho com outros ambientes (HALBWACHS, 2006, p. 69).

Para esse estudioso, a memória coletiva faz parte e ao mesmo tempo provoca uma continuidade provavelmente natural, pois o que fica nela do passado é somente aquilo que permanece na consciência das pessoas e do grupo que a mantém e conserva. Mas, além da distinção entre as memórias coletiva e individual, Halbwachs (2006) discute outra classificação: a memória interior ou interna também chamada de pessoal; e a exterior, a memória social. De tal modo, haveria a memória autobiográfica, que "receberia ajuda da segunda, já que afinal de contas a história de nossa vida faz parte da história em geral"; e a memória histórica. Esta "só representaria para nós o passado sob uma forma resumida e esquemática, ao passo que a memória da nossa vida nos apresentaria dele um panorama bem mais contínuo e mais denso" (HALBWACHS, 2006, p. 73).

A memória histórica ajuda a fazer com que conheçamos casos que não têm relação com a memória pessoal, mas que deixaram suas impressões ou marcas em determinados dias e horas. A partir das marcas e dos rastros, podemos recordar o episódio e até reconstituir o contexto social de então, ainda que não tenham sido vivenciados e fixados na memória pessoal. O autor ressalta, ainda, que nossa memória tem como base a história vivida, ao invés da história escrita e aprendida, pois aquela é viva e se renova com o tempo. "Se, por memória histórica, entendemos a sequência de eventos cuja lembrança a história conserva, não será ela, não serão seus contextos que representam o essencial disso que chamamos de memória coletiva" (HALBWACHS, 2006, p. 99). Logo, a memória histórica e a coletiva não se confundem.

Sob essa perspectiva, analisamos o papel da mídia como um dos agentes que nos ajudam a construir memórias coletivas, pois evoca muitos espectadores a participarem, ainda que passivamente, de acontecimentos coletivos, muitas vezes, simultaneamente aos acontecimentos pessoais. É dessa maneira que as imagens, os áudios e os textos jornalísticos ajudam a reconstituir as lembranças individuais a partir das coletivas. O risco é de que as memórias coletivas se imponham sobre as outras, modificando as nossas impressões sobre um fato. A mídia é um dos meios que atua nessa impressão de fatos antigos e na construção de impressões sobre os fatos no presente, porque possibilita às pessoas de diferentes lugares acompanharem o desenrolar de acontecimentos, muitas vezes em tempo real.

Ponderamos acerca da reconstrução dos fatos pela mídia e do seu lugar na construção das memórias. Por permanecerem no suporte físico do jornal ou revista, por exemplo, os acontecimentos podem ser revisitados por pesquisadores em um período posterior e podem ser extraídos dali características da época. Parte daí a importância do jornalismo em lembrar e guardar acontecimentos, em ajudar a recordar períodos, visto que, nas palavras do próprio Halbwachs (2006, p. 37), "esquecer um período da vida é perder o contato com os que então nos rodeavam". Ao testemunhar e compartilhar, por meio das narrativas jornalísticas os acontecimentos cotidianos, os veículos midiáticos nos permitem entender como era o passado e perceber como está o nosso presente. Tais narrativas são auxiliadas por depoimentos de pessoas que testemunham o período de que o jornalismo trata. Ao passo que as matérias e reportagens compartilham informações com a coletividade, elas também ajudam a construir visões de mundo sobre uma sociedade temporal e passageira, que se eterniza por meio das palavras que compõem textos de conhecimento e acesso coletivo. Halbwachs (2006, p. 101) relata que o "único meio de preservar essas lembranças é fixá-los [os fatos] por escrito em uma narrativa, pois os escritos permanecem, enquanto as palavras e o pensamento morrem".

Tomando como base Halbwachs (2006), para quem existem muitas memórias coletivas, e não apenas uma em particular, optamos pelo uso da pluralidade da expressão e discutimos sobre memórias coletivas. O plural se estabelece. A memória coletiva tem como suporte um grupo e tantas haverá quantos grupos houverem limitados no tempo e no espaço físico. Conduzindo a discussão para o jornalismo enquanto lugar de memória, ponderamos sobre o fato de que ele apresenta apenas versões dos fatos baseadas, entre outros fatores, em depoimentos de entrevistados. O meio social incide sobre as ideias do jornalista, então, as perspectivas de interpretação, as concepções dos rumos e as decisões sobre as formas de condução sobrepõem ao trabalho, desde a escolha da pauta à escrita do texto. A subjetividade começa na seleção da pauta a ser noticiada, percorrendo a escolha das fontes e chegando à

escrita da matéria, não obstante à busca constante da objetividade e imparcialidade. Sendo assim, a defesa de que existem várias memórias coletivas prevalece, principalmente, ao considerarmos que o jornalismo atua na construção dessas recordações a partir de recortes.

Por serem elementos coletivos e também individuais, as memórias não vêm puras e limpas, mas vêm carregadas de ideologia, pois são frutos de construções feitas a partir de seleções, de enquadramentos. Com Pollak (1992, p. 203), sabemos que as memórias são seletivas, não se registram todos os acontecimentos, nem tudo é de interesse das memórias coletivas ou oficiais, assim como das memórias pessoais; apenas uma parte permanece nas lembranças, no imaginário, nas memórias. Estas são em parte herdadas, articuladas e estruturadas de acordo com as preocupações do momento. Portanto, as memórias são consideradas fenômenos construídos e sua organização pode ser tanto consciente, quanto inconsciente, por serem constituídas de acontecimentos do grupo ou vividos pessoalmente. Logo, a memória coletiva se utiliza da memória individual para se completar, remetendo às lembranças individuais e se remetendo, ao mesmo tempo, à memória dos outros sobre um acontecimento.

Ao lado da discussão sobre memórias coletivas, memórias comuns, que reforçam a coesão social (HALBWACHS, 2006) e do reconhecimento da problemática envolta no caráter de seletividade da memória (POLLAK, 1989), acentua-se um conjunto de questões sobre as memórias subterrâneas, que se opõem à memória oficial, chamada também de memória nacional. "Essas memórias subterrâneas que prosseguem seu trabalho de subversão no silêncio e de maneira quase imperceptível afloram em momentos de crise em sobressaltos bruscos e exacerbados. A memória entra em disputa" (POLLAK, 1989, p. 4). Assim, convive na sociedade o tom institucional da memória coletiva em conflito com as memórias concorrentes pela manutenção dos fatores de continuidade e estabilidade. Nessa competição, nem uma nem outra pode ser aniquilada, pois, não se pode controlar o todo; ainda que as memórias subterrâneas sejam excluídas dos reconhecidos lugares de memória, elas podem permanecer nas memórias pessoais e serem reagrupadas para a transmissão entre as gerações.

Portanto, existe sempre a memória dominante *versus* a memória dominada ou "clandestina", "proibida" (POLLAK, 1989). Nos períodos ditatoriais que o Brasil vivenciou, durante a Era Vargas (1930-1945) e depois nas décadas da ditadura militar (1964-1985), por exemplo, a dominante e oficial poderia até ser imposta, no entanto, a dominada ecoava por meio da música e de outras formas de arte, mostrando que, apesar de haver uma disputa, na negociação, uma pode até prevalecer, mas a outra não será totalmente esquecida. Segundo Pollak (1989), os dominantes não podem controlar de todo, porque as memórias podem ser

conservadas e transmitidas de uma geração à outra oralmente, mesmo que confinadas, excluídas dos lugares de memória tradicionais, permanecem vivas pela presença das lembranças individuais e de grupos.

Para o autor supracitado, as noções de memória remetem às percepções da realidade, e para que ela permaneça e ecoe no tempo, é necessário esse trabalho de conservação. "Cada vez que uma memória está relativamente constituída, ela efetua um trabalho de manutenção, de coerência, de unidade, de continuidade, da organização" (POLLAK, 1992, p. 206). É o que ele chama de trabalho de rearrumação da memória, realizado constantemente pelo grupo por meio das vivências, dos costumes, valores, das conservações culturais, da fixação das lembranças em suportes físicos. Nisso, reiteramos o papel do jornalismo ao guardar aspectos sociais das memórias coletivas. O trabalho de enquadramento das memórias pode ser organizado por historiadores, pois trabalham com recortes de uma parte maior (as memórias), mas também por jornalistas, embora não seja seu papel, por meio da produção de lembranças intencional em certos momentos, a partir da revificação dos acontecimentos em forma de notícias. Ambos recorrem e constroem as memórias, consideradas "um fator extremamente importante e constituinte do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si" (POLLAK, 1992, p. 204).

A memória é um elemento importante na formação das identidades. Nesse caso, também escolhemos utilizar o plural: identidades coletivas, identidades culturais, pois a quantidade e a variação serão impostas pela quantidade e diversidade de grupos existentes. Com Pollak (1992, p. 206) entendemos por identidades coletivas "todos os investimentos que um grupo [ou quantos houver] deve fazer ao longo do tempo, todo trabalho necessário para dar a cada membro do grupo – quer se trate de família ou nação – o sentimento de unidade, de continuidade e de coerência". Acreditamos que a construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio da negociação direta com outros. Vale dizer que tanto as identidades, quanto as memórias são disputadas, pleiteadas, concorridas, e, por isso, motivos de conflitos entre grupos diferentes, pois ocorre disputa política para fazer prevalecer sua versão nos enquadramentos e constituições desses elementos sociais. É por isso que na atualidade existe um interesse em discutir e trabalhar a ligação entre memórias e identidades, principalmente por parte de pesquisadores.

Quando a memória e a identidade estão suficientemente constituídas, suficientemente instituídas, suficientemente amarradas, os questionamentos vindos de grupos externos à organização, os problemas colocados pelos outros não chegam a provocar a

necessidade de se proceder a rearrumações nem no nível da identidade coletiva nem no nível da identidade individual (POLLAK, 1992, p. 206).

De tal modo, reconhecemos que há uma ligação estreita entre memórias e identidades, isso porque a segunda se forma a partir do que foi construído ao longo do tempo. E assim estendamos a discussão sobre identidades elegendo Stuart Hall (2004, p. 7), que considera que o conceito também está ligado à cultura. Para ele, existe uma preocupação em discutir a temática na atualidade, porque “as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado”. Esse pensador dos Estudos Culturais percebe e discute sobre três concepções de identidade: do sujeito do Iluminismo, do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. Na primeira, “o centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa”, enquanto na concepção do sujeito sociológico, “a identidade é formada na ‘interação’ entre o eu e a sociedade”. Já na terceira concepção, “o sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2004, p. 11 e 12).

Para Stuart Hall (2004, p. 13), a definição é bem mais complexa do que essas simplificações demonstram. Contudo, ele destaca: a identidade “é definida historicamente”. Desse modo, o autor discute os efeitos da globalização sobre a identidade, colocando que podem ocorrer efeitos de tensão entre o global e o local, mas ao mesmo tempo, a homogeneização da identidade pode gerar sua desintegração, fortalecendo o local a partir da resistência a esse processo. Assim, reforça a valorização das questões locais e afirma:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos (HALL, 2004, p. 75).

A memória é um sentimento de identidade na medida em que ela é um fator importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo e sua reconstrução de si. Para Ulpiano Meneses (1984), a memória é um dos principais suportes da identidade. A primeira atua no reforço da segunda, que age no ritmo da repetição e, juntas, acabam sendo "mecanismo de retenção de informação, conhecimento, experiência, quer em nível individual, quer social, por isso mesmo é eixo de atribuições que articula, categoriza os aspectos multiformes da realidade, dando-lhes lógica e inteligibilidade" (MENESES, 1984, p. 33). Nas

inter-relações entre identidades e memórias, o autor destaca duas características da memória: o fato de ser seletiva, não registra tudo, e do que registra, apenas uma parte vai para a consciência; e induzida, forjada, produzida conforme interesses, isso porque as tradições são resultados de ação do homem. E, assim como as memórias, as identidades também são construídas, e é aí onde se encontra o risco: as identidades podem ser objetos de manipulação.

Para Meneses (1984, p. 34), os dois conceitos são ambíguos. Contudo, o autor considera que essa característica pode ser renegada por meio da consciência histórica, cuja importância se relaciona ao ato de percepção do mundo social como um processo que está sempre se rearrumando. Assim, é que ele ressalta que precisamos estar cientes de que os acontecimentos são submetidos, a todo o momento, a esse procedimento de reorganização. "Da fidelidade a um modelo fixo até a mudança provocada e desejada, a gradação é bastante ampla". Logo, mais do que elemento do passado, a memória é o conhecimento da dimensão temporal do homem.

Exilar a memória no passado é deixar de entendê-la como força viva do presente. Sem memória, não há presente humano nem tão pouco futuro. Em outras palavras: a memória gira em torno de um dado básico do fenômeno humano, a mudança. Se não houver memória, a mudança será sempre fator de alienação e desagregação, pois inexistiria uma plataforma de referência e cada ato seria uma reação mecânica, uma resposta nova e solitária, um mergulho do passado esvaziado para o vazio futuro. É a memória que funciona como instrumento biológico-cultural de identidade, conservação, desenvolvimento, que torna legível o fluxo dos acontecimentos. A memória me interessa porque estou vivo, aqui e agora (MENESES, 1984, p. 34).

Reafirmamos, então, que a memória não é natural, mas seleta e construída, e que nessa escolha e constituição daquilo que vai virar história através dela e do que não, o jornalismo se coloca como um dos atuantes na seleção dos assuntos. A imprensa é um dos meios que organiza e estrutura os episódios conhecidos pela sociedade, tais ocorrências podem ser fatores influentes na formação das memórias e, por conseguinte, das identidades. Portanto, existe uma ligação explícita entre memórias e identidades. Nas sociedades atuais a preocupação com as identidades coletivas e as memórias é evidente. Os acontecimentos veiculados pelo jornalismo podem se tornar memórias, porque o ofício atua na construção delas.

As memórias são também tudo aquilo que se constrói hoje, assim sendo, reiteramos com Rêgo (2012) o papel do jornalismo nesse contexto, assegurando que o texto jornalístico pode permanecer, indo além do presente, mesmo que a linguagem o mantenha nesse tempo. "Torna-se necessário pensar sobre a responsabilidade social desta profissão, em uma dimensão que extrapola a imediaticidade do acontecimento, e, portanto, do tempo natural do jornalismo que é, essencialmente, de curta duração" (RÊGO, 2012, p. 14 e 15). Por conseguinte, destacamos a responsabilidade do profissional da área no exercício diário, pois o texto transcende a atualidade

e a imediaticidade própria do ofício, devendo possibilitar ao sujeito reflexão sobre a realidade que testemunha em um determinado espaço e tempo. Sendo assim, entendemos que a discussão que permeia os campos do acontecimento e da notícia é relevante, logo, trataremos mais aprofundadamente a respeito do produto consumido pela sociedade: as notícias, partindo da matéria-prima que as antecede, o acontecimento, e da relação entre um e outro, para chegarmos à reflexão sobre as consequências dessa veiculação para as memórias.

## **2.1 A construção do acontecimento-notícia e os enquadramentos de memória**

As pessoas que querem saber o que está acontecendo no mundo diariamente leem jornais e portais, escutam ou assistem rádio e TV (ALSINA, 2009). Muitos acontecimentos sucedem a todo o momento em todo o mundo, mas o jornalismo é um dos mais importantes meios que selecionam aqueles que serão veiculados, conhecidos e reconhecidos. Dissemos que a política e linha editorial interferem no processo de construção da notícia, mas até mesmo as regras que ditam o trabalho do jornalista intervêm na produção do acontecimento jornalístico. Logo, a discussão que permeia os campos do acontecimento e da notícia é relevante. É na construção da notícia que o jornalismo dá uma dimensão notável ao acontecimento e é na publicação da notícia que ele atua nas constituições das memórias dos grupos.

Daí a importância de pensar como se dão as produções noticiosas sobre acontecimentos marcantes. Ressaltamos o lugar dos meios de comunicação pela aptidão que lhe é concedida de atuar na seleção dos acontecimentos que serão reconhecidos, através das notícias, e que poderão ecoar no tempo por meio da recordação individual e, ao mesmo tempo, do grupo, ainda que reconheçamos que as memórias coletivas são construídas para além dos discursos oficiais e midiáticos e que as pessoas comuns, os grupos corriqueiros e triviais também atuam nessa construção, nessa organização dos episódios que permanecerão.

Como a memória é, por natureza, múltipla, coletiva, plural e individualizada, tantos passados relatados haverá quantos forem os relatos registrados: convergentes, conflitantes, contraditórios, a despeito de toda e qualquer pretensão de objetividade e imparcialidade das deontologias jornalísticas vigentes (PALLACIOS, 2010, p. 41).

Partindo da ideia de que a sociedade atual tem necessidade de se manter informada, Gomis (1991) ressalta a importância dos meios de comunicação enquanto mediadores da realidade global. São eles que pautam muitas conversas que ocorrem entre as pessoas no dia-a-dia e é desse modo que contribuem com a construção do presente social, conforme teoriza esse

autor. Segundo ele, as instituições jornalísticas são alguns dos importantes meios que contribuem para que tal presente social não se limite à vizinhança, aos acontecimentos vivenciados no entorno de cada indivíduo. Conseqüentemente, as memórias coletivas também estariam comprometidas por estarem mais passíveis de manipulações sobre as memórias individuais.

A conversação é o fator unificador da ação dos meios e os comentários funcionam como uma película que revela a influência das notícias. Na conversação se descobrem as dimensões e o perfil do presente social de referência que os diversos meios contribuem para formar. O público está acostumado no mundo de hoje a entrar em contato habitual com o presente social de referência que lhe oferecem os meios. Sente que isso é para ele uma necessidade e um rito social feito sob um serviço que lhe aprisiona (GOMIS, 1991. p. 24 e 25. Tradução nossa).

É preciso perceber o modo de produção das notícias para entender porque elas são como são e o que significam. E dentro do processo de construção da notícia, faz-se necessário compreender, previamente, sobre acontecimento, pois este antecede aquela. Conforme Louis Queré (2011), para um acontecimento ganhar dimensão pública tem que passar por uma arena pública e é nesse espaço que se concentra o poder dos meios de comunicação. É na recepção que o acontecimento ganha experiência pública. Para esse autor, o acontecimento nunca ocorre isolado do contexto onde ele aparece.

Baseada na reflexão de Louis Queré acerca da natureza do acontecimento e de seu poder hermenêutico capaz de restabelecer passados e criar futuros, Isabel Babo Lança (2005) ressalta o caráter descritivo e é essa característica que identifica um acontecimento a partir da sua nomeação e individualização em relação aos demais por meio de um processo linguístico. Desse modo, a autora ressalta que, entre causas e efeitos, o mais importante em um acontecimento é o estudo das conseqüências, pois elas o caracterizam bem mais que suas causas e são determinantes para sua compreensão e para o valor que lhe atribuem. O acontecimento tem caráter de novidade e, por isso mesmo, irrompe a descontinuidade, não obstante à existência de possibilidades para sua ocorrência. "A perspectiva inédita aberta pelo acontecimento ilumina o passado sob uma outra luz, ao mesmo tempo que é o futuro que ele abre que lhe confere sentido. Ora, o futuro do acontecimento liga-se às suas conseqüências" (LANÇA, 2005, p. 88).

De acordo com José Manuel Santos (2005), o acontecimento é contemporâneo ao sujeito que o vivencia ou testemunha. Quando o acesso ocorre só depois, já não mais se constitui acontecimento, mas fato. Assim, os aspectos temporais o caracterizam e o diferenciam. Santos (2005) trabalha com a ideia de acontecimento experienciado por uma coletividade, portanto, requer vivência e contemporaneidade. É por isso que se diz que o acontecimento é de ordem

jornalística, enquanto o fato é de ordem histórica. Entretanto, ressaltamos que um acontecimento só é jornalístico quando ele é apreendido pelo discurso jornalístico, ou seja, quando passa pelos critérios de noticiabilidade antes de ser veiculado e visibilizado em forma de notícia. Lembramos ainda o lugar de memória do jornalismo, porque ele guarda os acontecimentos em suportes físicos que podem ser considerados fontes documentais, além disso, contribui para a sua conservação nas memórias e não apenas acompanha e o torna conhecido.

A produção da notícia começa com o acontecimento. Nessa discussão, Alsina (2009) diz que a principal diferenciação entre acontecimento e notícia se refere a dois aspectos, de que o primeiro diz respeito à percepção do sistema, enquanto o segundo é de geração do sistema. Mas o mesmo autor ressalta que a passagem do acontecimento para a notícia não é um processo tão simplificado, pois a notícia é considerada uma construção social da realidade. "O que é notícia para um sistema pode ser acontecimento para outro" (ALSINA, 2009, p. 132-133). É a cultura de uma sociedade quem ajuda a determinar o que, entre tantos acontecimentos, merece ganhar visibilidade e ser conhecido. Assim, acrescentamos que é a cultura da sociedade que ajuda a construir sua própria memória, com base em valores, tradições. O acontecimento está dentro de um sistema e é esse sistema quem caracteriza e classifica determinados fenômenos como acontecimentos jornalísticos ou não.

Assim, Alsina (2009) propõe elementos que são essenciais para o acontecimento, quais sejam: a variação do ecossistema; a comunicabilidade do fato; a implicação dos sujeitos. O primeiro elemento se refere à variação da cultura como determinante para definir o acontecimento, conforme apontamos. A comunicabilidade do fato é característica para a construção da notícia, pois o acontecimento precisa ser percebido para se caracterizar como jornalístico, se não for conhecido não será jornalístico. Por fim, o terceiro elemento se refere à implicação do sujeito, ou seja, o grau de envolvimento da sociedade para a qual o veículo de comunicação se volta é categórico para valorizar um acontecimento como notícia. Logo, reiteramos que a construção da notícia depende de muitos fatores que podem ser internos e externos à própria notícia.

O trabalho jornalístico é cheio de regras que determinam quais são os acontecimentos que se tornarão notícias. São essas regras que fazem com que as coberturas sejam, muitas vezes, semelhantes, assim como os textos publicados. A verdade é que os jornalistas não têm autonomia na escolha das pautas, tampouco na escrita das matérias. Com Alsina (2009), precisamos dizer que as rotinas de informação contribuem para a definição das notícias e da maneira como o profissional deve trabalhá-la no processo de seleção dos acontecimentos,

preparação e hierarquização das notícias sobre eles, bem como na sua valorização e interpretação. Para esse autor:

Notícia é uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível". Ela "é gerada numa instituição informativa que pressupõe uma complexa organização. Mas, além disso, o papel da mídia é institucionalizado e tem a legitimidade de gerar a realidade socialmente relevante (ALSINA, 2009, p. 14).

Vale observar que as informações passadas pelos meios de comunicação são incompletas, pois não dão conta de toda a realidade. A notícia enquadra um acontecimento entre tantos e possibilita que ele seja visto e conhecido, ou seja, de um conjunto de acontecimentos, o discurso jornalístico captura alguns a partir de determinados critérios e os transforma em notícia. Por isso, "é necessário sobrecarregar o 'eis aqui o que você deve ver ou saber' de um 'existe algo que você não saberá'. Parece-nos que toda e qualquer informação engendra o desconhecido, no mesmo movimento pelo qual informa" (MOUILLAUD, 1997, p. 39).

O jornalismo é seletivo, vimos que a memória também. É justamente por não dar visibilidade a tudo que Mouillaud (1997) ressalta que o enquadramento da informação passa por questões de poder e dever jornalísticos. Assim, aparece uma tensão sobre a visibilidade e esta se manifesta na estrutura de cada jornal. Mouillaud (1997) afirma que a informação produz o acontecimento de acordo com determinados interesses. Ele, na verdade, é montado e veiculado como informação, como notícia. Isso acontece com base em interesses sociais e políticos, que são baseados em acordos implícitos e explícitos. Ressaltamos que essa transformação do acontecimento, ou melhor, essa produção do acontecimento se dá quando ele é convertido em notícia, em informação.

À discussão sobre a notícia e a produção de sentidos sobre o acontecimento no jornalismo e aos consequentes rastros mnemônicos, Marcondes Filho (2009) acrescenta uma visão mais mercadológica, colocando o jornalismo enquanto empresa capitalista, o que acaba por repercutir e comprometer a memória coletiva, porque assim como a notícia, ela será resultado de disputas de interesses. Para o autor, a notícia é transformada em mercadoria dentro de uma lógica de mercado e dentro do sistema capitalista, por isso é que ela tem apelos emocionais e estéticos. Segundo Marcondes Filho (2009), o jornal é produzido para a venda e o veículo é uma empresa capitalista. O autor destaca que toda mercadoria vem como uma ideologia e a notícia, enquanto mercadoria, também tem a sua. A sobrevivência econômica de um jornal, portal, rádio ou TV é determinante na forma de trabalhar a notícia. A empresa jornalística vende a notícia para o público e o público para o anunciante; são dois mercados

que, ao mesmo tempo, não passam de um só, portanto, existe uma dupla relação entre um e outro, eles se entrelaçam.

Por causa desse caráter mercadológico, Ignacio Ramonet (1999, p. 60) alega que "hoje, informar é essencialmente 'fazer assistir a um acontecimento'". A afirmação de Ramonet (1999) faz referência às transformações pelas quais passou o jornalismo nos últimos anos. Ele concorda que a informação se tornou mercadoria à venda, sujeita às regras mercadológicas ao invés de sujeitar-se às leis cívicas e éticas. Mesmo assim, os jornalistas têm (ou tinham) a responsabilidade de contribuir para a formação dos cidadãos por meio da informação, por isso devem ponderar no momento de apuração e escrita; e, mais que os profissionais, as instituições jornalísticas como um todo. A responsabilidade é imensurável e a cobrança gigantesca para que se faça um jornalismo responsável, preocupado com os encargos e consequências sociais. É dessa eficácia cívica que o autor trata e com a qual concordamos, pois ponderamos sobre a característica do jornalismo de fazer com que seus produtos, as notícias, permaneçam e possam atravessar gerações.

Ao serem publicados em forma de notícia, os acontecimentos ficam arquivados pelo jornalismo, podendo servir como fonte de pesquisa, tanto para as memórias quanto para a história. Pierre Nora (1974), no conhecido texto *O retorno do fato*, afirma que "nenhuma época se viu, como a nossa, viver seu presente como já possuído de um sentido 'histórico'" (NORA, 1974, p. 180). A história é construída a partir dos acontecimentos registrados nas memórias, contudo, com a produção do acontecimento pelo jornalismo, hoje, eles já veem recortados pelos meios de comunicação. Assim, tudo o que é singular para a história, foi singular primeiro para o jornalismo. "É aos *mass media* que se deve o reaparecimento do monopólio da história. De agora em diante esse monopólio lhes pertence. Nas nossas sociedades contemporâneas é por intermédio deles e somente por eles que o acontecimento marca a sua presença e não nos pode evitar" (NORA, 1974, p. 181. *Grifos do autor*). Ou seja, só se transforma em acontecimento histórico quando passa, primeiramente, pelo jornalismo; ao circular como de grande importância, aquilo que ganhou visibilidade vira história.

Todavia, as reflexões de Nora (1974) sobre a intervenção do jornalismo na produção do acontecimento nas sociedades atuais, fazendo com que esta seja a condição necessária para a sua existência, soam em tom crítico pelo autor. Nora (1974) faz um alerta aos historiadores sobre o risco que os jornalistas trazem para a história. O que está nos veículos midiáticos é apenas uma versão manipulada daquilo que realmente ocorre, porque não dá para retratar a realidade tal qual ela é, então, a mídia apenas direciona, sob um ângulo específico, o olhar sobre o episódio que é veiculado. O jornalismo acaba tomando o lugar de mediador do acontecimento

e da história, segundo ele. Por sua autoridade e legitimidade em selecionar, trabalhar e publicar notícias sobre acontecimentos, os meios de comunicação dão voz àquilo que teria passado despercebido pela sociedade, por conseguinte, pela memória e pela história. Daí advém o alerta:

A ela se deve a volta de um tipo de acontecimentos: aquele onde os fatos se escondem e demandam a crítica da informação, a confrontação de testemunhos, a dissipação do segredo mantido pelos desmentidos oficiais, o colocar em questão princípios que apelam à inteligência e à reflexão, o apelo obrigado a um saber prévio que somente a imprensa escrita pode fornecer e recordar. Pois do jornal local ao diário nacional, do órgão de grande tiragem ao semanário de opinião, somente a imprensa dispõe de uma gama de virtualidades sem rival, um leque excepcionalmente rico de manipulação da realidade (NORA, 1974, p. 182).

Nora (1974) destaca que os veículos midiáticos espetacularizam o acontecimento, mas, simultaneamente, democratizam-no ao dar visibilidade e torná-los conhecidos pela novidade midiaticizada, tendo em vista que ao jornalismo interessa o presente, a instantaneidade, a imediatividade. "O acontecimento é o maravilhoso das sociedades democráticas" (NORA, 1974, p. 185). Se antes o acontecimento permanecia num privilégio do historiador, agora, "oferece-se a ele do exterior, com toda a força de um dado, antes de sua elaboração, antes do trabalho do tempo. E mesmo com muito mais força na medida em que os *media* impõem imediatamente o vivido como história, e que o presente nos impõe em maior grau o vivido" (NORA, 1974, p. 183 e 184). Mas, para o autor, o acontecimento perde suas características próprias ao ser transmitido pelos veículos midiáticos na sua necessidade de alimentação permanente da "máquina informativa".

Mesmo sendo corriqueira certa homogeneidade em relação aos acontecimentos noticiados pelos meios de comunicação, é comum encontrar pontos divergentes na cobertura e reprodução de um mesmo assunto, visto que existe uma variação da linha editorial e da política adotadas por cada veículo midiático. Contudo, a ética deve ser prioridade no jornalismo, seja no momento da seleção do acontecimento, seja na produção da notícia. O jornalista deve ter em mente que sua matéria não morrerá com a sucessão de outras no dia seguinte, no minuto ou até nos segundos subsequentes; ao contrário, ela ficará como memória de uma geração, de uma sociedade sobre a qual fala. Portanto, a apuração e a investigação devem ser prioridades no ofício para possibilitar a contextualização dos acontecimentos jornalísticos e para fazer com que as versões possivelmente ecoadas para as memórias sejam minimamente distorcidas.

É na construção da notícia que o jornalismo dá uma dimensão notável ao acontecimento e contribui para a produção da realidade social e o jornalismo é um lugar de memória e como tal deve priorizar a investigação para que a sua produção possibilite ao indivíduo a reflexão

sobre a realidade social, sem que ocorram deturpações ou equívocos que ecoarão para sempre na memória de uma coletividade. Mas o que pode ocorrer, e ocorre com frequência, é a deturpação da memória, visto que ela é passível de manipulações e que ela pode ser intencional, provocada, conforme interesses diversos. Uma vez que a notícia, assim como a memória, é um elemento construído, pode haver silenciamentos ou esquecimentos na veiculação de um acontecimento noticioso em detrimento de outros.

## **2.2 Memórias e esquecimentos no jornalismo: consequências para as identidades**

As recordações estão sempre em conflito pelo caráter de seletividade próprio da memória, onde há sempre uma negociação em seus enquadramentos. É por isso que Pollak (1989) afirma que essa característica coloca a memória como um objeto de constante disputa nos grupos sociais. "Esse reconhecimento do caráter potencialmente problemático de uma memória coletiva já anuncia a inversão de perspectiva que marca os trabalhos atuais sobre esse fenômeno". Sendo assim, "aplicada à memória coletiva, essa abordagem irá se interessar, portanto, pelos processos e atores que intervêm no trabalho de constituição e de formalização das memórias" (POLLAK, 1989, p. 4). Um desses atores que intervêm é o jornalismo ao privilegiar determinados tipos de coberturas, abordagens, versões em detrimento de outras, não obstante à busca da objetividade e imparcialidade. Na seleção de pautas, de direcionamento da cobertura e de fontes, o jornalismo acaba por deixar de fora inúmeros acontecimentos, de modo intencional ou não, ele termina contribuindo com os chamados esquecimentos.

Tomemos, então, o papel do jornalismo no processo de construção e formalização das memórias como sendo um dos interventores que nutrem o trabalho de rearrumação mnemônica. Enquanto um importante selecionador (entre outros que executam esse papel) dos episódios que serão conhecidos e comentados, ou seja, na escolha e nas contribuições para a realidade social, por conseguinte, para a memória e o esquecimento, "o que está em jogo na memória é também o sentido da identidade individual e do grupo" (POLLAK, 1989, p. 10). Reconhecendo a ligação entre memórias e identidades, observamos as consequências dos esquecimentos para os grupos, que podem perder as memórias coletivas ou, no mínimo, tê-las deturpadas e podem, ainda, perverter as identidades.

Contudo, para além das memórias coletivas ou da memória nacional, a vivacidade das recordações individuais pode conservar, através de meios informais pelas famílias, lembranças durante muito tempo, fazendo permanecer as chamadas memórias subterrâneas (POLLAK, 1989). "Por conseguinte, existem nas lembranças de uns e de outros zonas de sombra, silêncios,

'não-ditos'. As fronteiras desses silêncios e 'não-ditos' com o esquecimento definitivo e o reprimido inconsciente não são evidentemente estanques e estão em perpétuo deslocamento" (POLLAK, 1989, p. 8). É preciso ter consciência dessa perspectiva para se compreender melhor a discussão sobre as memórias e os esquecimentos, bem como sobre as consequências disso para as identidades culturais.

Consideramos importante ressaltar também que, além dos próprios grupos e do jornalismo, existem outros agentes que atuam sobre a construção da memória: são as "testemunhas autorizadas"<sup>3</sup>. Pesquisadores, historiadores, organizações formais, instituições e o Estado são exemplos, além dos lugares materiais tangíveis, como museus e monumentos. "A memória é assim guardada e solidificada nas pedras: as pirâmides, os vestígios arqueológicos, as catedrais da Idade Média, os grandes teatros, as óperas da época burguesa do século XX e, atualmente, os edifícios dos grandes bancos" (POLLAK, 1989, p. 11). De acordo com esse autor, as memórias coletivas impostas pelas construções e enquadramentos "institucionais" provocam aglutinação e são importantes para a continuidade, a sequência, a perdurabilidade da sociedade.

Mesmo que a nossa sociedade esteja muito centrada no presente, mesmo que seja consequentemente superficial, porque o presente é instantâneo, mutante e muito raso, há uma grande preocupação com a memória, embora não seja tão evidente por parte de alguns. Querendo ou não, o jornalismo guarda memórias e, ao passo que seleciona entre os acontecimentos, o que vai noticiar, ele está escolhendo também a memória que poderá arquivar, com base em critérios de noticiabilidade, linha editorial, política, mercado, critérios pessoais ou subjetivos, rememora alguma coisa e, simultaneamente, esquece outra. Mas o jornalismo não só provoca esquecimentos, ele também esquece, no sentido de não marcar, isso ocorre quando deixa de acompanhar um episódio, deixa de cobrar, de notar à sociedade sobre aquela ocorrência. Semelhante a essa linha de pensamento, Rêgo (2014) alerta que:

Os meios de comunicação visibilizam acontecimentos enquanto relegam outros à condição de esquecimento e ao fazerem isso dão aos fatos visibilizados o status de históricos por natureza. Todavia, quando em momentos de censura e manipulação da mídia e do jornalismo, os discursos são direcionados e a memória é enquadrada, por vezes construída e deturpada, vale recorrer a outros espaços, fontes e vestígios para confrontar uma memória midiática/jornalística que não perde seu lugar, mas que necessita ser retrabalhada para se aproximar de uma condição de verdade (RÊGO, 2014, p. 13).

---

<sup>3</sup> Expressão de Michael Pollak (1989).

Na concepção de Rêgo (2014), a relação entre o jornalismo e a memória, dadas as condições e possibilidades de esquecimento, deve ser vista como um lugar de confrontação, assim é que a autora acredita que é necessário comparar a memória midiática com a memória coletiva e individual e, ainda, com o que resulta da pesquisa histórica. "Nunca considerando como absoluto o discurso que lá se encontra. Portanto, reconhecendo que a memória carrega em si, aspectos intrínsecos de flexibilidade, visto que se forma, deforma e reforma, conforme se assimilam outras memórias e histórias" (RÊGO, 2014, p. 15). Para a pesquisadora supracitada, "há momentos e são muitos, no entanto, em que o jornalismo trabalha em prol do esquecimento [...]. Nesse momento, a instituição que tem como dever a informação de relevância social trabalha para em prol dos abusos da memória" (RÊGO, 2014, p. 15).

Sobre os usos e abusos de memória, Paul Ricoeur (2007) adverte que existem possibilidades de engano ou mesmo de manipulação dos recursos da memória exercitada, pois "o exercício da memória é seu uso; ora, o uso comporta a possibilidade de abuso" (RICOEUR, 2007, p. 72) e é por ser real essa perspectiva que a memória entra em uma situação de risco, de ameaça. A sociedade quer controlar sua memória coletiva, mas, ao ambicionar esse domínio, tem-se grande possibilidade de ocorrerem abusos, que "resultam de uma manipulação concertada da memória e do esquecimento por detentores do poder" (RICOEUR, 2007, p. 93). Rapidamente, migra-se dos usos para os abusos de memória e estes são também abusos de esquecimento. Para o autor, essa ideia de *usos e abusos da memória* se sobrepõe à ideia de "fidelidade" da memória sobre aquilo que se passou, daí a necessidade de confrontação.

Uma ambição, uma pretensão está vinculada à memória: a de ser fiel ao passado; desse ponto de vista, as deficiências procedentes do esquecimento [...] não devem ser tratadas de imediato como formas patológicas, como disfunções, mas como o avesso de sombra da região iluminada da memória que nos liga ao que se passou antes que o transformássemos em memória. Se podemos acusar a memória de se mostrar pouco confiável, é precisamente porque ela é o nosso único recurso para significar o caráter passado daquilo de que declaramos nos lembrar (RICOEUR, 2007, p. 40).

Tal problemática dos abusos e esquecimentos de memória alinha-se à das identidades, cujo "cerne do problema é a mobilização da memória a serviço da busca, da demanda, da reivindicação de identidade" (RICOEUR, 2007, p. 94). A manipulação provoca, segundo esse estudioso, abusos como "excesso de memória" e esquecimentos como "insuficiência de memória". Existe possibilidade de engano ou mesmo de manipulação dos recursos de memória, sendo assim, Ricoeur (2007) nos adverte sobre isso, colocando o alerta. "Os falsos testemunhos [...] só podem ser desmascarados por uma instância crítica cujo único recurso é opor aos

testemunhos tachados de suspeitos outros testemunhos reputados mais confiáveis" (RICOEUR, 2007, p. 40-41).

A memória coletiva é construída para além dos discursos oficiais e midiáticos, mas os meios de comunicação têm o papel legitimado nesse processo e, portanto, contribuem para a manutenção de certa memória. Ocorre, nos tempos atuais, um interesse no passado, que se apresenta no tempo presente, regido pela preocupação em guardar documentos, em preservar lugares, construções, edificações, em renovar o antigo e conversar com o novo para perpetuação grupal. Há uma noção de que as memórias são elementos das identidades, tanto individuais quanto coletivas, e a mídia torna-se um espaço de intervenção social, tanto dos aspectos identitários como mnemônicos. Falamos em autoridade jornalística para atuar na seleção e veiculação de acontecimentos-notícia, no cruzamento de identidades, na exploração dos relatos, na construção de um acervo de conhecimentos, que parte da escolha do que é dito e do que é silenciado ou esquecido.

Para Barbosa (2006), vivemos a "cultura da memória", presente nas comemorações como práticas que visam relembrar e fortalecer o passado. "A restauração dos centros urbanos, o sucesso das narrativas históricas e da literatura memorialista, a multiplicação dos espaços de comemoração, o crescimento do documentário no cinema e na televisão são alguns dos exemplos do que se tem chamado cultura da memória" (BARBOSA, 2006, p. 14). Aquém e além da memória jornalística, para a autora, toda memória enseja um esquecimento. Ao passo que lembramos, publicamos algo e validamos como memorável, deixamos de lembrar outros episódios.

Estar-se-ia diante de um novo regime de memória no qual a multiplicação dos espaços de rememoração (e de comemoração) – ainda que transitórios e incompletos – refletiria o desejo de ancorar um mundo em crescente mobilidade e transformação e de compensar a perda de referências por parte dos sujeitos" (BARBOSA, 2006, p. 14).

Acreditamos que existem acontecimentos que precisam ser relembrados reiteradas vezes, com a finalidade de não permitir que passe despercebido por outras gerações. No entanto, na visão de Barbosa (2006), até eles provocam o esquecimento. "Na operação seletiva, ao se destacar o que precisa ser lembrado, se esquece publicamente – por uma política de esquecimento – o que não vai ser comemorado" (BARBOSA, 2006, p. 16). Considerando o contexto em que os meios de comunicação se encontram e sua função legitimada de elencarem o que não pode ser esquecido, eles acabam por assumir o papel de "guardiões da memória" ou "guardiões das comemorações". Isso ocorre "graças à capacidade de tornar o passado presente

e de misturar presente e passado, entendem-se, à luz desse exemplo, as razões que levam os meios de comunicação a assumirem o papel de verdadeiros guardiões das comemorações" (BARBOSA, 2006, p. 18).

Conforme Barbosa (2006), ao chamar o passado, a mídia o reconstrói e, mais do que isso, o reinventa, porque não se pode retransmiti-lo tal qual ocorreu. Nesse aspecto, as comemorações funcionam como um meio de intensificar o presente para aglutinar aqueles que compartilham do mesmo ato, ou seja, ao passo que as comemorações lembram o passado, elas trabalham o presente e mexem nas identidades. Assim, as comemorações atuam sobre uma tensão que se dá entre dois momentos: o primeiro, "responde à preocupação de sociabilidade, de construção ou de afirmação de uma identidade e outro é de natureza pedagógica, cuja preocupação é transmitir, fazer conhecer e incitar o público a participar dessas celebrações, sendo misto de sociabilidade e de pedagogia" (BARBOSA, 2006, p. 20).

Embora os jornalistas no seu cotidiano não se preocupem nem objetivem fazer memória, pois o interesse primordial é a atualidade, a efemeridade do tempo presente, o jornalismo é considerado lugar de memória, suporte de memória, pois possibilita o arquivamento de acontecimentos e a recorrência a eles num tempo posterior. É na reconstrução do fato na atualidade e também nos seus rituais de rememorações que o jornalismo dá uma dimensão memorável à experiência humana e sentido a si mesmo como sujeito social. O Jornalismo Cultural, especificamente, ajuda a entender a cultura e a sociedade, dando as bases para a reflexão social. Cabe a nós discutirmos sobre conceitos, que permeiam esse segmento jornalístico, assim como sobre seu papel, pois as produções da área podem ecoar nas memórias.

### 3 DO JORNALISMO CULTURAL À PROBLEMÁTICA DAS MEMÓRIAS

As narrativas jornalísticas perpassam o tempo, revelando seu caráter transcendente e multifacetado, pois excedem os limites do presente, transcorrendo gerações e períodos. É dessa forma que atuam a serviço da coletividade. Partimos da premissa de que a cultura tem centralidade na vida humana, assim, compreendemos que, enquanto construtores da realidade social, os veículos midiáticos disseminam e influenciam representações de práticas comportamentais, contribuindo para a construção de significados no que diz respeito à cultura. São tais produções que permanecem nas lembranças e ajudam a fortalecer as identidades, justamente porque os produtos jornalísticos versam, direta ou indiretamente, sobre a cultura ou as culturas, já que, assim como as memórias e as identidades, o plural coexiste dada a variedade e número de grupos.

Os jornalistas como mediadores culturais atuam, tanto como observadores, quanto como participantes do processo de construção das memórias e identidades culturais. Destarte, adquirem a função de refletir sobre os costumes e gostos sociais, produzindo sentido e despertando a população também para este ato de apreciação da realidade. Nas diversas redações jornalísticas, seja de impresso, online, rádio, TV ou nas multimídias, o jornalismo trabalha diariamente com variedade e abrangência de pautas, mas junto com esse modelo coexistem as publicações especializadas, que trabalham com temas específicos de acordo com a proposta do meio de comunicação para determinado público-alvo. Sendo assim, são muitas as especialidades, entre elas destacamos a do Jornalismo Cultural, que por abordar a produção cultural, se constitui lugar de memória sobre manifestações artísticas, intelectuais e culturais. Sendo assim, o seu papel como crítico cultural na sociedade é despertar o indivíduo para a reflexão sobre aspectos da própria cultura, contribuindo no processo de fixação das manifestações como parte das memórias e das identidades.

Quando falamos em JC, pensamos necessariamente em cultura, visto que a compreensão do segmento pode ser definida pelo entendimento que se tem dela. Reconhecemos que a discussão que permeia o campo da cultura perpassa o tempo e chega à atualidade com preponderância social. Muitos são os pensadores que tomam como encargo o debate sobre o tema, buscando conceituá-lo; contudo, tamanho interesse e discussão demonstram que não é possível estabelecer-lhe uma consideração pura e única. A cultura é um fenômeno da sociedade, portanto, a relevância em discutir sobre o tema vai além do entendimento da própria expressão, chegando a possibilitar a compreensão da coletividade, pois a cultura reflete algo que está para além dela mesma.

Sendo infinitamente abrangente e indo além de concepções isoladas, mas agrupando em um único sentido variadas nuances, cada consideração sobre a cultura tem uma história, portanto, é necessário relacioná-las, não com intenção de formar um conceito, mas percebendo-a como algo não definitivo, nem estático, e que está em constante transformação. Neste trabalho, optamos por abordar a discussão de cultura a partir do que os Estudos Culturais propõem, tomando-a de um ponto interdisciplinar e percebendo-a como núcleo da vida coletiva. Desse modo, discutimos sobre as contribuições dos pensadores dos Estudos Culturais para o campo, os quais pensam a economia, a política e a sociedade a partir da cultura. Percorremos a discussão sobre a temática com base nessa corrente construtivista, porque sua importância advém das relações que faz entre cultura e sociedade, propondo interdisciplinaridade no estudo desses aspectos sociais contemporâneos.

Os Estudos Culturais emergiram em meados da década de 1950, tendo como marco as obras "As utilizações da cultura", de Richard Hoggart, e "Cultura e sociedade", de Raymond Williams. Em termos de institucionalização, os Estudos Culturais se vincularam ao Centre for Contemporary Cultural Studies, em Birmingham, Inglaterra, mas as reflexões e publicações ganharam o mundo todo (HALL, 2003). Contudo, essa marcação temporal não quer dizer que os estudos iniciaram exatamente nesse momento e lugar. Segundo Hall (2003), esta não seria a primeira vez que as questões centrais dessa linha de pensamento entrariam em discussão. Notadamente, não. As rupturas entre pensamentos e paradigmas não acontecem de uma hora para outra; mas podem ser percebidas em longos momentos de transição e desenvolvimento de pensamentos a partir das mudanças sociais, econômicas, culturais e políticas.

No caso dessa corrente, surgiu em um contexto de mudanças de valores, antes tradicionais, no pós-guerra. Os Estudos Culturais tiveram uma diversidade muito grande em seu interior, tanto de temas como de metodologias de pesquisa, ou mesmo em relação a posicionamentos teóricos. Eles "abarcam discursos múltiplos, bem como numerosas histórias distintas. Compreendem um conjunto de formações, com suas diferentes conjunturas e momentos no passado" (HALL, 2003, p. 188). Mas sua importância advém do reconhecimento e valorização que os pensadores concediam à cultura. Eles passam a perceber sua centralidade na sociedade e, portanto, sua relação intrínseca com a economia, a política e com outros campos sociais. A partir da cultura é possível compreender o social.

Para tais estudiosos, como Stuart Hall (2003) e Raymond Williams (1992), a cultura é essa dinâmica que reflete o comportamento do indivíduo, mas também revela formas de poder e pode ser vista como palco onde os conflitos acontecem. Ela é a ordem simbólica que estrutura o real. É um sintoma do que está acontecendo e o que é estrutura da própria sociedade. Embora,

tenham como foco a problematização da cultura, não encontramos nesses estudos nenhuma definição consensual e completa a respeito do tema. Estudiosos desse campo assumem a valorização da alteridade, diferença, diversidade, desigualdade. De tal modo, a cultura pode ser vista como lugar onde os conflitos acontecem, tendo como causa as diferenças. Ela é, acima de tudo, um processo, algo que se transforma a todo o momento.

De acordo com Raymond Williams (1992), a origem do termo é do latim, do verbo *colere*, significando cultivar alguma coisa; habitar; e adorar na acepção de culto ligado à religiosidade. Inicialmente, era mais utilizado no sentido de cultivar terras, vegetais e animais; depois, o seu significado foi se ampliando para o cultivo espiritual e cultivo da mente de cada pessoa em particular e socialmente. Ligava-se, sob alguns aspectos, ao conceito de civilização, sendo citada como produção intelectual e espiritual das pessoas universalmente. Civilização referia-se ao desenvolvimento, à educação, ao progresso, daí a correlação entre os termos. Mais adiante, cultura passou a compreender valores intelectuais e espirituais, só que agora específicos de cada pessoa como modo de vida íntimo, diferenciando-se, portanto, de civilização. A partir desse desenvolvimento do interior, cultura passou a se correlacionar à arte, à religião e aos valores pessoais.

Williams (1992) afirma ainda que cultura diz respeito à maneira de viver que dá origem à realidade a partir da interação através da comunicação nas formas escrita e falada. É caracterizada pelos relacionamentos da sociedade e expressa pelos modos de vida, mas ao mesmo tempo, é quem orienta esses relacionamentos a partir de significados manifestos através dos produtos culturais, os quais regem a vida em sociedade. Nesse sentido, ela se manifesta nas escolas e academias, nos movimentos e nos meios de produção materiais, como: a dança, o canto e a fala (práticas culturais populares, comuns nas/das sociedades mais complexas às mais simples), a escrita (tipo de técnica cultural que necessita de treinamento especializado de produtor e receptor) e a reprodução de imagens e a reprodução gráfica.

Segundo Hall (2003, p. 126), duas maneiras diferentes de conceituar a cultura podem ser encontradas em Williams. A primeira diz respeito à maneira como as sociedades definem e expressam suas experiências comuns. A definição de cultura "não mais consiste no 'melhor que foi pensado e dito', considerado como os ápices de uma civilização plenamente realizada". Até a arte, que antes era considerada como sinônimo de privilégio, passa a ser encarada como parte de um processo social. A ênfase aqui se dá na conotação das ideias, mas integrando modos de vida. Já a segunda, mostra uma visão mais antropológica da cultura e se refere enfaticamente às práticas sociais. A principal contribuição dessa conceituação diz respeito ao destaque das relações sociais; as práticas não são vistas como isoladas.

A cultura não é uma prática; nem apenas a soma descritiva dos costumes e 'culturas populares [folkways]' das sociedades, como ela tende a se tornar em certos tipos de antropologia. Está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas (HALL, 2003, p. 128).

Por outro lado, Stuart Hall (2003) discute dois paradigmas principais nos Estudos Culturais em torno dos quais se estabeleceram muitos debates do campo: o culturalista e o estruturalista. O primeiro, o paradigma dominante, "conceitua a cultura como algo que se entrelaça a todas as práticas sociais; e essas práticas, por sua vez, como uma forma comum de atividade humana: como práxis sensual humana, como a atividade através da qual homens e mulheres fazem história" (HALL, 2003, p. 133). Conforme o autor mencionado, essa linha de pensamento realça a importância da experiência na análise cultural, que é vista como ponto-chave, onde as práticas sociais se entrecruzam. Sendo assim, cultura é definida como sendo sentidos e valores, os quais nascem das relações entre pessoas e grupos distintos de acordo com as suas histórias, tradições e vivências, a partir da troca e da incorporação de experiências.

Diferentemente, o paradigma estruturalista centra a discussão na referência conceitual de ideologia, em torno da qual se discute a cultura. "As ideologias são aqui concebidas não como conteúdo e formas superficiais de ideias, mas como categorias inconscientes pelas quais as condições são representadas e vividas" (HALL, 2003, p. 138). Pela articulação entre cultura e ideologia, propõe-se pensar as práticas que unem e diferenciam as culturas. Assim, enquanto o paradigma culturalista foca as discussões da cultura sobre a experiência, considerada o lugar de interação entre a condição e a consciência, o segundo paradigma dos Estudos Culturais, o estruturalista, acredita que a experiência não pode embasar nada, "pois só se podia 'viver' e experimentar as próprias condições *dentro e através* de categorias, classificações e quadros de referência da cultura" (HALL, 2003, p. 138. *Grifos do autor*).

Embora nem o culturalismo nem o estruturalismo bastem, como paradigmas auto-suficientes para o estudo, eles são centrais para o campo, o que falta a todos os outros contendores, porque, entre si – em suas divergências, assim como em suas convergências – eles enfocam o que deve ser o problema central dos Estudos Culturais (HALL, 2003, p. 148).

Não obstante as contribuições desses estudos para o campo da cultura e, conseqüentemente, para a sociedade, até hoje, o conceito continua complexo. Reconhecemos que a cultura distingue povos, é determinante de pensamentos e atitudes através de um processo de aprendizado que é transmitido de uma pessoa a outra, perpassando gerações. Mas cultura também é manifestação, é arte. Segundo Roque de Barros Laraia (2001), muitos tipos de

crenças, comportamentos e costumes podem ser percebidos em todo o mundo e, até mesmo, dentro do mesmo país. O que é comum para um povo, o é estranho para outro; práticas toleradas em um local são proibidas em um distinto, conforme a variação cultural da humanidade. Portanto, ela é dinâmica e só pode ser compreendida pela lógica dentro do próprio sistema cultural. Para a compreensão da cultura, é necessária reflexão contínua sobre o tema, como se cultura fosse algo de entendimento natural, que não é explicada, porém, com facilidade.

Acreditamos ser indispensável o conhecimento não superficial a respeito do assunto para a compreensão do processo pelo qual cada ser vivencia enquanto pessoa, especialmente, no que diz respeito às características que diferenciam uma coletividade de outras. Esse entendimento se reflete no Jornalismo Cultural, por ser a cultura objeto direto desse segmento jornalístico. Sendo assim, a maneira como o jornalista da editoria pensa e vê a cultura é determinante do modo como ele vai retratá-la rotineiramente. De modo mais imperante, a percepção que o próprio meio de comunicação, enquanto instituição jornalística, tem sobre a cultura dita o tratamento que vai dar às manifestações a serem expressas no material veiculado. O agravante se dá quando lembramos que as produções jornalísticas não são deixadas para trás pela edição seguinte, mas podem permanecer nas memórias e identidades dos povos, ajudando a construí-las nos dias de hoje.

Interessa-nos pensar com Laraia (2001, p. 28) que “o homem é o único ser possuidor de cultura”, que é ela que caracteriza a humanidade e a diferencia das demais espécies, pois a cultura e a humanidade se desenvolveram juntas ao longo da história. Assim, torna-se agente dos modos de ver e pensar o mundo, categórica de comportamentos sociais, e também caracterizadora de diferentes condutas, gostos e crenças. As sociedades humanas possuem seus próprios sistemas de classificação do mundo, os quais variam entre si, pois cada grupo social tem suas próprias características. Em uma visão mais antropológica como a do autor citado, cultura revela tudo o que diz respeito ao homem. Destacamos que essa maneira de entendê-la define os tipos de produções que serão veiculadas pelo JC e, além disso, o modo como elas o serão: que tipos de fontes serão ouvidas, quais versões serão acatadas, que foco será dado para a construção da realidade social e, até mesmo, a dose de crítica cultural – ponto alto desse jornalismo.

No entanto, notamos que as pessoas geralmente associam a cultura a atuações, como teatro, cinema, exposições de pinturas, esculturas, música e literatura. Essa nossa percepção e crítica se fundamentam em Marcia Eliane Rosa (2013). De acordo com a autora, a arte é o que mais se destaca nas veiculações jornalísticas com base em coberturas de eventos pelos profissionais que trabalham na editoria de cultura ou em veículos midiáticos especializados na

mesma. Por conseguinte, "as narrativas jornalísticas deste segmento acabam por diminuir o valor da crítica cultural, estimulando a superficialidade na abordagem das pautas e promovendo uma grande e suspeitosa linha de negociação entre as redações e as assessorias de eventos culturais" (ROSA, 2013, p. 69). Para a autora, é preciso compreender a cultura para além do consumo e percebê-la como ambiente histórico e crítico social.

O chamado *jornalismo cultural* de hoje, sobretudo aquele praticado pela 'grande imprensa', resume-se a reportar, divulgar e analisar (superficialmente) produtos culturais. No entanto, pensamos que ele pode ir além desta tríade, mas para isso deve tecer a vida cotidiana não só mostrando comportamentos, costumes, crenças e tradições, mas também, e principalmente, observando as nuances da(s) cultura(s) em transformação, seus conflitos, suas relações de troca. Para esta empreitada, o *jornalista cultural* precisa buscar refletir a realidade vivenciada pela sociedade captando ângulos do seu cotidiano e, fundamentalmente, sabendo diferenciar *cultura*, *arte* e *consumo* (ROSA, 2013, p. 69-70. *Grifos da autora*).

Rosa (2013) coloca a necessidade da crítica no Jornalismo Cultural e enfatiza que ela deve partir da tomada de consciência do processo para além do espetáculo de consumo da arte, tanto do jornalista cultural quanto do cidadão a quem se destinarão as produções. Todavia, isso não pode se limitar às intenções dos indivíduos massacradas pela dureza das redações jornalísticas ou pela ferocidade do cotidiano, pelo contrário, deve ser uma proposta balizada dia a dia com foco na reflexão e na autorreflexão. "Decifrar elementos e fenômenos culturais, analisar de forma imanente e transcendente. Circular por entre as estruturas com consciência e sair do estado de contemplação. Estes podem ser caminhos para o jornalista da cultura. Para evitar aglomerar-se como mais um espectador" (ROSA, 2013, p. 76). Conforme a autora, esses seriam refúgios para as maçantes rotinas jornalísticas, contribuindo para a mudança social a partir da transformação do indivíduo pela experiência pessoal e profissional, reconstruindo o imaginário coletivo e histórico ao considerar as variadas nuances e as pluralidades das culturas de uma época. E mais que isso, fazendo o sujeito social perceber tudo isso também por meio da imaginação.

Corroborando com a percepção de "crise" sobre o Jornalismo Cultural, o autor Daniel Piza (2009). Para ele, o JC não é mais o mesmo que outrora se destacou no cenário brasileiro, "o jornalismo cultural de hoje, na maioria das vezes, beira o fútil e o leviano" (PIZA, 2009, p. 63). O autor coloca três indícios que asseguram a assertiva: 1º) atrelamento à agenda cultural; 2º) qualidade textual; 3º) secundarização da crítica – ponto alto da imprensa segmentada em cultura. Segundo ele, as pautas da editoria se limitam, em sua maioria, ao cronograma de eventos, que vão desde estreia de filmes e lançamentos diversos à cobertura de eventos com celebridades. Consequentemente, as matérias publicadas são resumidas a informações básicas,

perdendo na apuração escrita e, principalmente, na crítica; quando esta aparece, se resume a comentários sem fundamento, marcados unicamente pelo achismo. Mediante esses aspectos, o que pode ficar para as memórias sobre as culturas é apenas uma parte extremamente reduzida e, quiçá, distorcida sobre a realidade social hoje.

Diante da função jornalística de "selecionar aquilo que reporta (editar, hierarquizar, comentar, analisar), influir sobre os critérios de escolha dos leitores, fornecer elementos e argumentos para sua opinião", Piza (2009, p. 45) realça como papel principal do jornalismo cultural "o dever do senso crítico, da avaliação de cada obra cultural e das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, e o dever de olhar para as induções simbólicas e morais que o cidadão recebe", mas lamenta que a imprensa cultural não esteja cumprindo essa função na atualidade. Para o autor supracitado, "seu papel nunca foi apenas o de anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir (sobre) o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autônoma" (PIZA, 2009, p. 57).

O que prevalece para muitos é a visão de cultura associada a algo inalcançável. Piza (2009) questiona os motivos que levam as pessoas menos instruídas a terem medo da cultura. Vê-la como algo que exige esforço, estudo e leitura, é aceitável. Mas isso, por vezes, gera um bloqueio. O autor afirma que no jornalismo, temas cultos e letrados, dependendo do tratamento, podem se tornar mais leves, mesmo sem deixá-los chulos; do mesmo modo que assuntos mais populares e outros referentes ao entretenimento podem ser trabalhados de forma crítica e analítica. Assim, tudo vai depender da maneira como o Jornalismo Cultural vai trabalhar a cultura. "O jornalismo cultural sai perdendo quando os critérios passam a ser resumidos ao de afastar o leitor de abordagens que considera erroneamente 'muito sérias' ou críticas" (PIZA, 2009, p. 57).

Entendemos que a melhor vertente, entre tantas existentes, para a compreensão de cultura é pensá-la como o todo e simultaneamente como as partes, mas, acima disso tudo, como o núcleo da vida coletiva, percebendo sua característica interdisciplinar e central, sempre cientes da complexidade que existe quando tentamos defini-la. Desse modo, entendemos que compreendê-la como sendo apenas arte, é ter uma visão distorcida e limitada sobre sua abrangência. Por conseguinte, se o JC focar essencialmente em música, escultura, pintura, teatro, cinema, ou seja, nas manifestações artísticas, estará apresentando uma concepção induzida e restrita em sua abordagem. Imediatamente, o que poderá ficar para as memórias dos grupos será apenas um recorte limitado das vivências coletivas atuais, ainda que esse segmento jornalístico não seja o único a contribuir com a construção das memórias. Daí advém toda

dificuldade no discernimento do papel desse jornalismo. Por isso a necessidade de relacionar o conceito de cultura à arte, mas também às crenças, aos costumes e valores, ao conhecimento, aos bens sociais e às ações e manifestações sobre as quais ocorrem comunicação e troca, envolvendo também o intelecto. A partir disso, possibilita-se a ampliação da demanda do Jornalismo Cultural perante a sociedade, pois "cultura é expandir horizontes, até mesmo para enxergar melhor o seu entorno. O jornalismo cultural deve se nutrir disso" (PIZA, 2009, p. 62).

Consideramos importante entender como se dá a construção da memória sobre a produção cultural através da mídia. Perceber como a memória sobre o campo cultural é construída implica também compreender o papel do jornalismo nesse contexto, já que este é um dos lugares de memória carregados de vestígios e rastros para a história da humanidade, assim como para a historiografia. Vale ressaltar que a formação das memórias não é um processo exclusivo do Jornalismo Cultural, mas o nosso interesse neste trabalho é pensar nas formas de abordagem dessa especialidade jornalística, destacando que deve fazê-las tendo em conta a complexidade aqui mencionada. Segundo Piza (2009), o lugar do JC é de reflexão sobre esses aspectos e não deve se limitar à veiculação de entretenimento e agenda, tampouco apenas à veiculação artística. O autor mencionado recomenda que a agenda cultural e o entretenimento não sejam focos principais, servindo de guia para o público, com programação que envolve do cinema, passando pelo teatro e pela TV, até as celebridades e o horóscopo. Esse atrelamento demasiado à agenda significa empobrecer para a produção noticiosa especializada em cultura.

Acreditamos, com Piza (2009), que a cultura pode ajudar a compreender melhor a sociedade porque é expressão das manifestações sociais, é o sentido e a significação das práticas coletivas. Nesse contexto, a função do Jornalismo Cultural é refletir sobre os valores, costumes e comportamentos de uma coletividade, e não somente entreter com anúncios superficiais de lançamentos de filmes, músicas e obras literárias. Há que se analisar a totalidade contextual em que o lançamento de uma obra cultural acontece, remetendo a um olhar ampliado sobre os fatos, mostrando as circunstâncias, explicando a situação, descrevendo a conjuntura. Quando aparecem com informações contextualizadas, as matérias e as críticas têm a função principal de oferecer um julgamento sobre uma realização, dando suporte para o público concordar ou discordar do que foi colocado coerentemente.

Outro autor que nota a tendência do Jornalismo Cultural para o lado artístico da cultura é Jorge B. Rivera (2006). O argentino repara duas maneiras principais de se perceber o segmento cultural: a primeira entende que esse jornalismo envolve e, portanto, privilegia a cultura ilustrada (literatura e arte); já a outra leva em consideração a cultura sob uma percepção mais antropológica, incluindo sob ela conhecimento, crenças e comportamentos. Conforme o

autor, é comum associar o termo às "belas letras" e às "belas artes", conseqüentemente, o Jornalismo Cultural seria a comunicação a partir dessa classificação. Todavia, essa concepção restringe e limita essa especialidade jornalística de forma empobrecedora, pois a coloca como direcionada a uma minoria que tem acesso à cultura considerada erudita e que recebe privilégios, quando, porém, a apreciação de cultura é bem mais ampla, complexa e completa, sem distinção ou classificação de "níveis" sociais.

Rivera (2006) atribui ao JC uma gama de temas que pode ser diversa e heterogênea, mas, para o autor, a sua abrangência depende e muito da percepção que se tem de cultura, portanto, é a amplidão ou a restrição do conceito que pode reduzir ou expandir o campo jornalístico e as possibilidades. Destarte, entendemos que o que dificulta o discernimento da abrangência de Jornalismo Cultural é o emaranhado envolto na definição do que seja, de fato, cultura e a discussão sobre qual o seu limite de circunscrição. O ponto marcante do pensamento do autor supracitado é de que o JC tem como papel instigar o leitor para a reflexão, chamá-lo para pensar sobre o seu contexto e seu lugar social a partir das análises e críticas que lhes são apresentadas nas pautas trabalhadas e veiculadas. Assim, destacamos nesse pensador um conceito consistente sobre Jornalismo Cultural:

Uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou de divulgação os terrenos das "belas artes", das "belas letras", as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar sua origem ou destino (RIVERA, 2006, p. 19. Tradução nossa).

Portanto, o papel do JC, de acordo com Rivera (2006), é propiciar subsídios para a reflexão sobre as formas de organização da sociedade por meio das produções culturais e do contexto histórico da obra. Ao encaixar a análise estrutural reflexiva sobre a sociedade em que a obra se insere, no caso de avaliar obras, a imprensa cultural atua como intermediária entre cultura e sociedade, fazendo chegar a muitos o que seria restrito apenas a uma minoria. Conseqüentemente, observamos o lugar do jornalismo como mediador dos acontecimentos para a sociedade, nesse caso específico, intermedia episódios das culturas para os grupos, é um jornalismo que trabalha na construção das memórias coletivas e da memória de si e para si<sup>4</sup>. É certo que ele desempenha um papel relevante quanto à formação do cidadão, assim precisa

---

<sup>4</sup> Em seu tempo, o jornalismo fala de si, de seu modo de escrever, da forma como foi noticiada. Assim, guarda a própria memória. Por meio do acesso ao material veiculado em diferentes épocas é possível perceber o que faziam os jornalistas, como faziam e até mesmo comparar com o que fazem hoje.

executar bem a função de refletir sobre os novos costumes e gostos sociais, produzindo sentido e despertando a população para a reflexão e a crítica da realidade.

Contudo, a atuação reflexiva, fincada na boa apuração para argumentação consistente sobre a realidade da qual trata o jornalismo pode ser comprometida pelas lógicas de mercado, que ditam não democraticamente muitas regras dessa profissão. Daí pode-se proferir, conforme José Salvador Faro (2007), que esse campo tem sido propício a discussões que revelam as dicotomias existentes entre os valores outorgados ao próprio jornalismo, como reflexão e criticidade, e as regras de mercado, que conduzem o campo mais ao entretenimento, uma completa “[...] oposição entre seu caráter de entretenimento e a possibilidade sobre temas de natureza estético-conceitual e política” (FARO, 2007, p. 1). Com ele, reconhecemos que é esse fator que leva ao conseqüente “[...] empobrecimento das pautas, abordagem superficial dos fatos, pasteurização dos textos, perda de substância investigativa das reportagens, assédio bem-sucedido das assessorias” (FARO, 2007, p. 1). No entanto, o conteúdo veiculado pelo jornalismo cultural não pode aderir apenas a essa lógica mercantil, porque isso acaba por empobrecer a produção.

O jornalismo tem possibilidade de ser um espaço onde a lógica do mercado predomina, ditando o conteúdo exposto à população, mas também tem capacidade para ser espaço aberto a uma produção que leve a sociedade à reflexão, ampliando os questionamentos conceituais e políticos que fazem parte da formação das pessoas (FARO, 2007). Portanto, para o pensador supracitado, a especificidade do jornalismo voltada para a cultura pode assumir variadas formas indo do entretenimento e divulgação da cultura clássica à formação social, intelectualidade a partir da reflexão e crítica. Afiançamos que o que deve prevalecer é a percepção de que o "jornalismo cultural é um espaço de produção discursiva voltada para o entretenimento, um gênero invadido pela lógica dos padrões da indústria cultural", pela coerência das vendas, mas, ao mesmo tempo, "contraditoriamente e dialeticamente também deve ser analisado como resultado da complexa relação que a reflexão sobre a produção estético-conceitual e política provoca no âmbito dos agentes que atuam na esfera midiática" (FARO, 2007, p. 5).

O que percebemos como necessário é o tom crítico na produção do Jornalismo Cultural, sempre levando em conta o contexto e sempre conduzindo de forma analítica as produções a serem veiculadas. A regra vale tanto para o texto cujo nome é crítica quanto para perfis, entrevistas, crônicas, resenhas, reportagens e até mesmo para ensaios fotográficos. O importante é que as notícias publicadas pela editoria de cultura sejam escritas sem serem resumidas à agenda, às coberturas de estreias e lançamentos ou à cultura clássica para que sua função seja realizada adequadamente, intermediando da melhor maneira os acontecimentos e

as culturas para os indivíduos sociais, com a consciência de que os produtos jornalísticos não morrem com a rápida e constante sobreposição noticiosa, mas que eles podem permanecer nas memórias e identidades dos grupos.

Desse modo, fica claro que a definição de Jornalismo Cultural está ligada de forma intrínseca ao que se entende como cultura. Distinguímos a coexistência de conceitos diversificados sobre cultura, ressaltando que ele é relativo porque a própria cultura o é; depende de condições espaço-temporais para se definir de uma maneira ou de outra. Vale ressaltar que nossa pretensão nesse capítulo não foi nem é de estabelecer-lhe um conceito, mas reconhecer as abordagens mais comuns que cercam o tema. Para nós, a cultura pode ser estudada para além de questões temporais, pois ela pode ser manifesta em aspectos e matrizes culturais de diferentes temporalidades se entrelaçando no mesmo tempo. A cultura pode ser híbrida, pluralista e, ao mesmo tempo, singular. Esse hibridismo ocorre a partir da compreensão do procedimento de mistura dos diferentes segmentos culturais onde se realiza a fusão de bens simbólicos de precedência diferentes. Embora não haja um conceito prevalecente sobre cultura, é preciso entender a cultura para além do ambiente artístico-estético.

Assim como é complexa a discussão do conceito de cultura, é igualmente difícil chegar a uma definição única de Jornalismo Cultural. Ao considerarmos que a cultura compreende todos os aspectos da realidade social que caracterizam a existência das pessoas, entendemos a imprensa cultural como lugar de reflexão, análise e crítica sobre esses aspectos, ultrapassando as coberturas e difusões da literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura e cinema. Para Eliane Fátima Corti Basso (2006), o JC vai além da reprodução das artes, cobre também outros ângulos do campo cultural, abordado de maneira mais abrangente. “Se por Jornalismo Cultural fosse entendida apenas a veiculação do gosto literário-artístico, deveria, então, ser chamado de Jornalismo de Artes” (BASSO, 2006, p. 2).

A editoria de cultura se difere das demais porque disponibiliza análises, interpretações e críticas baseadas na reflexão. Informações contextualizadas é que diferenciam esse tipo de jornalismo dos outros. Contraditoriamente, a mídia cultural tem a tendência de valorizar e associar a cultura como letrada, associando-a às artes clássicas, à educação, à formação, conforme Basso (2006). Contudo, a temática cultural vai além de tudo isso. “O calcanhar de Aquiles está em considerar como cultura apenas a estética burguesa, entendida como cultura erudita, pertencente à classe letrada, proporcionada no sistema educacional” (BASSO, 2006, p. 6). Em outra publicação, Basso (2008) reitera que o segmento cultural jornalístico vai mais adiante, expandindo-se como setor que cobre as culturas e demonstram em forma de análise os comportamentos dos indivíduos na sociedade, e desta entre as demais. Assim, a avaliação do

pensamento social que se refletirá em ações individuais e coletivas. Portanto, o jornalismo dissemina e pondera criticamente as culturas.

Lembramos que o jornalista tem como dever levar informações atualizadas e com grau de credibilidade à sociedade. O ofício atua como mediador entre os acontecimentos e as pessoas. E por Jornalismo Cultural tem-se convencionado percebê-lo como uma especialização que surge a partir da necessidade de atender ao público segmentado, tratando o tema cultura de maneira mais aprofundada e analítica e proporcionando dessa forma à sociedade o acesso aos bens culturais. Todavia, por vezes, o jornalismo especializado atua condicionado ao sistema político e econômico de muitos países, o qual termina por conduzir o conteúdo a uma forma de tratamento limitada. Como exemplo, citamos a agenda cultural e o entretenimento, servindo de guia para o público, com programação que envolve do cinema, passando pelo teatro e pela TV, até as celebridades e o horóscopo. Esse atrelamento excessivo à agenda se constitui um mal também para Basso (2007) que afirma que é dessa forma que o jornalismo cultural acaba tratando a cultura de modo negligenciado, por funcionar como mercadoria destinada ao consumo.

O que pode ser dito acerca do Jornalismo Cultural é que este é um largo e múltiplo caminho, e que nele existem muitos modos diferentes de se trabalhar produtos e bens da cultura, mas que “[...] a intensa produção desse tipo de cultura leva, por consequência, a privilegiar determinados produtores e a marginalizar outros, sem contar às vezes em que acontece dos enfoques serem os mesmos, levando a uma homogeneização cultural” (BASSO, 2007, p. 3). Então, a reflexão de uma obra artística de qualquer segmento social deve ser abstraída do contexto geral, levando em conta o que proporcionou tais pensamentos, em quais circunstâncias a obra foi realizada. Assim, ficarão evidentes as ideias do produto cultural enriquecendo “o repertório do público, possibilitando certo posicionamento em relação ao saber tradicional e à sua bagagem cultural” (BASSO, 2007, p. 2). Do mesmo modo, conduzirá o público ao gosto pela leitura fazendo-o crescer intelectualmente.

Acima de tudo, o Jornalismo Cultural deve ser convidativo e atrativo para que o leitor seja chamado à leitura, que tenha sua curiosidade e criatividade desafiadas, seja pela opinião ou pela informação, contextualizadas e críticas. Só assim, o segmento jornalístico cumprirá efetivamente o papel de contribuir com a sociedade, incitando as pessoas a serem ativas na formação de suas próprias opiniões e reflexões. Entendemos que a cultura abrange variados aspectos da realidade social que caracterizam a existência das pessoas, conseqüentemente, compreendemos o Jornalismo Cultural como lugar de reflexão, análise e crítica sobre esses aspectos.

Ressaltamos anteriormente que o material deve ser bem apurado, com interpretações e contextualizações, sem se resumir apenas à agenda ou à cultura clássica, para que o ofício jornalístico seja realizado adequadamente, intermediando da melhor maneira, as notícias de cultura para os leitores. A reflexão sobre uma obra artística de qualquer segmento social deve ser tratada sem discriminação, levando em conta o que proporcionou tais pensamentos e em quais circunstâncias a obra foi realizada. A cultura, as artes e o entretenimento são explorados no Jornalismo Cultural, mas o trabalho tem de ser feito com avaliação crítica, de forma convidativa para que o leitor pense, reflita sobre seu tempo e seu lugar social. Ainda assim, enfatizamos que o campo desse segmento jornalístico é mais largo e deve abranger mais do que artes. Ele não deve se resumir à veiculação delas.

Na discussão sobre diferentes concepções de cultura, Marcelo B. Gomes (2005) concebe que ela atua em uma dupla função: como mediadora das relações sociais entre os próprios homens e entre os homens e a natureza, o meio ambiente. Nesse intercâmbio, “[...] a cultura é uma memória social, isto é, um depósito de informações históricas para as futuras gerações e sociedades. E como mediadora interna das relações sociais, a cultura é um modelo que regula o relacionamento interpessoal em diferentes instâncias” (GOMES, 2005, p.2). Vemos a cultura como instrumento da vida coletiva, como expressão individual e grupal, capaz de unir e separar povos, elemento marcante para as memórias dos grupos e, especialmente, para as identidades que vinculam pessoas e apartam outras pela identificação. Por ser lugar da memória cultural, o jornalismo, cuja especialidade é nomeadamente esta, cumpre a função de mediador de relações no presente e do passado para o presente, do presente para o passado.

Baseado na distinção de Raymond Williams (1992) sobre a cultura, de que suas produções fazem referência ao contexto social e temporal, Franthiesco Ballerini (2015, p. 32) ressalta “[...] a importância do jornalismo cultural não só em 'registrar o presente' como em contextualizar as obras analisadas em seus cadernos. Tais obras, porém, são atemporais em termos de apreciação e valor artístico-cultural”. Para uma pessoa apreciar e compreender uma obra de qualquer época é necessário conhecer, antes de tudo, o contexto sociocultural em que ela foi produzida. De modo semelhante, mas com muito mais cuidado e dando clara ênfase no texto, o jornalista deve considerar os aspectos situacionais da produção sobre a qual trata na escrita noticiosa e, além disso, deixar clara a conjuntura da sociedade no tempo e no espaço em que ele está inserido, pois o todo social interfere na maneira particular de escrever e de ler as obras.

Sendo a cultura algo que transcende o tempo, que perpassa gerações e que ao mesmo tempo é comprometida por ele por ser dinâmica e estar em constante transformação, o

Jornalismo Cultural tem a responsabilidade de contextualizar suas produções, e não somente em registrá-las no tempo presente. Ao fazer isso, ele cumpre duplamente sua função: a de servir ao período para o qual trabalha (o presente), proporcionando entendimento da atualidade sob embasamento, fundamentação e certo grau de aprofundamento para o tempo presente e sobre ele; e a de guardar a memória coletiva para outras gerações e períodos, produzindo rastros, lembranças, mas também apagamentos da memória na sociedade contemporânea. Sabemos que existem muitas culturas no mundo e que elas não se mantêm isoladas umas das outras; pelo contrário, as tecnologias, a comunicação, a mídia e o jornalismo promovem certa interação entre elas, de modo que uma termina por influenciar, ainda que não nitidamente, a outra num processo contínuo.

Por reconhecer essa relação de atração e rejeição das culturas, demonstração de sua essência mista e não isolada, nem pura, Ballerini (2015, p. 31) acredita que hoje há uma miscigenação das produções, de modo que o autor não reconhece distinção entre cultura e entretenimento, pois para ele, "em uma obra voltada ao entretenimento há também traços culturais dos seus produtores". Na percepção desse escritor, não podemos rotular a prática da imprensa que trabalha especificamente a cultura, porque se tentássemos fazer isso, cairíamos facilmente na superficialidade. O motivo é o fato de a cultura ser subjetiva e passível de muitas interpretações, conforme o campo de visão da pessoa. As implicações da tentativa de conceituar cultura percorrem o jornalismo cultural, que hoje ampliou a variação de assuntos que abarca, envolvendo moda, gastronomia, design, tecnologias e quadrinhos. Esse leque de novos temas que se junta aos já consagrados, como o cinema, a literatura e o teatro, são inovações recentes, insurgidas do final do século XX para cá.

Isso porque ler um jornal, revista e navegar na web significam ter um comportamento não linear, que oscila entre a informação e o lazer. Tais novidades no jornalismo cultural reforçam esse caráter duplo entre informação e entretenimento que ganhou força na editoria nos últimos anos (BALLERINI, 2015, p. 54).

O Jornalismo Cultural deve ser convidativo e atrativo para que o leitor seja chamado à leitura, para que tenha sua curiosidade e criatividade desafiadas, seja pela opinião ou pela informação, contextualizadas e críticas. Só assim o segmento jornalístico cumprirá efetivamente seu papel de contribuir para o crescimento intelectual das pessoas, incitando-as a serem ativas na formação de suas próprias opiniões e reflexões. Um dos vários meios de atender a essa demanda social é através da crítica. Com informações contextualizadas ela tem a função

principal de oferecer um julgamento sobre uma realização, dando suporte para o público concordar ou discordar do que foi colocado coerentemente.

### **3.1 O papel da crítica cultural**

O Jornalismo Cultural não se ocupa de ser puramente informativo. Seu papel transcende o lugar de seletor de acontecimentos jornalísticos e mediador de notícias, chegando a ser um analítico dos fatos culturais para a sociedade. Sua prática precisa ir além da emissão de informação e espetacularização de certos acontecimentos prontos para o consumo, como a divulgação de lançamentos de filmes, livros, peças. Uma maneira de bem executar a prestação de serviço à sociedade é por meio da crítica. Com informações contextualizadas, ela tem a função principal de oferecer um julgamento sobre uma realização, dando suporte para o público concordar ou discordar do que foi colocado coerentemente. O que se deve é ter em mente que há uma ligação entre culturas e identidades e, sendo assim, o jornalismo ajuda no trabalho de constituição e fortalecimento delas.

A crítica – tipo de texto produzido no segmento do Jornalismo Cultural – se destaca em grau de importância em relação às reportagens, matérias, notícias veiculadas nessa especialidade jornalística (BALLERINI, 2015). Porém, ela não pode ser expressa apenas como a classificação de boa ou ruim perante uma obra, tampouco pela quantidade de espectadores que tal obra gera. Acreditamos que ela deve ser embasada, com tal grau de profundidade que proporcione clareza e capacidade avaliativa ao leitor, de modo que ele tenha argumentos nos quais possa se embasar para construir seu pensamento acerca daquilo. Além disso, acreditamos que, mesmo que o produto final jornalístico da imprensa cultural não seja a crítica propriamente dita, digamos que seja uma reportagem, matéria, coluna de opinião, mas o texto deve carregar uma atitude reflexiva em estilo de criticidade, que deve ser típica do JC.

Sobre a importância do jornalismo, Ballerini (2015) afirma que advém do fato de que a crítica ultrapassa o próprio jornalismo na sua rotina, no seu dia-a-dia tipicamente voltado para a atualidade, pelo aprofundamento, caráter reflexivo e contextualizado. Não obstante, o autor lamenta que a editoria de cultura seja secundarizada nas instituições jornalísticas. "Apesar da evidente importância do jornalismo cultural, ele muitas vezes se torna a editoria menos privilegiada dos veículos", constituindo-se "um erro que causa desequilíbrio de pesos entre a opinião expressa nos diferentes cadernos de um veículo" (BALLERINI, 2015, p. 53). Além disso, é lastimável, também para o já citado autor, o predomínio da agenda cultural sobre o jornalismo cultural como um todo e a crítica em particular.

Para Marcelo Coelho (2006, p. 12), na atualidade o Jornalismo Cultural precisa superar qualquer tipo de possível decaimento, pois “o crítico é representante do público, do ‘homem comum’, que está a ser enganado pelo artista”. Coelho (2006) aponta critérios básicos para que uma crítica seja escrita de modo fundamentado: o primeiro deles é o da propriedade, a necessidade de se ter conhecimento de causa para avaliar um produto da cultura; outro critério é o da plausibilidade, do bom gosto e da adequação, necessários para a avaliação da crítica de uma obra. Contudo, os critérios de avaliação de uma produção cultural diferem entre si. O fato é que "saber se uma 'infração' é intencional ou não, e, no caso de ser intencional, se há razões suficientes para justificá-la, talvez seja a principal tarefa a que um crítico deve se dedicar – com tudo o que envolve a intuição, com tudo o que exige de experiência, e de raciocínio também" (COELHO, 2006, p. 36).

Conforme Coelho (2006), as regras e as convenções que regem uma crítica são quase sempre expostas, de maneira geral, como sendo os princípios básicos aplicados no momento de apreciação da arte. Se uma obra fere alguma convenção preestabelecida, o crítico vai acioná-la, mostrá-la, torná-la evidente, apontando os motivos que o levaram a fazer isso de uma forma e não de outra. Dessa maneira, a crítica cumpre a função de auxiliar o leitor na compreensão do texto e, mais que isso, do contexto em que a produção se insere, dando subsídios para que ele possa realizar a própria avaliação, concordar ou discordar, construindo seus próprios argumentos. Por esse motivo, tal texto que embasa a discussão desse tópico deve ser construído de forma embasada, sem se firmar em "achismos" totalmente pessoais.

Na percepção de Célia Mota (2007, p. 7), o público necessita ter instigado a própria criticidade para participar mais ativamente dos exercícios de cidadania. "A questão fundamental do chamado Jornalismo Cultural é a do exercício crítico por excelência. Uma sociedade sem crítica é uma sociedade morta". Certo grau de crítica pode ser aguçado pelos profissionais ao exporem pensamentos contrários aos apresentados na obra, mas sempre precedidos de argumentos de peso, debatendo conceitos e ideias a partir da própria sociedade em seu tempo, para exercer uma reflexão sobre a mesma. A crítica a que Mota (2007, p. 8) se refere é a explanação comentada e analisada; é a “[...] crítica como uma explanação, que é um exercício hermenêutico de criar novos significados sobre um determinado produto cultural que nem sempre correspondem aos que o autor quis representar”. Ela é o debate de valores identitários e simbólicos que manifestam a reminiscência cultural do país.

A autora acima mencionada acredita que a crítica perdeu espaço no jornalismo brasileiro, mas também percebe a necessidade de recuperar seu lugar e essa função é específica e direta do jornalista, que pode despertar no público o juízo crítico para definição dos bens

sociais, não subjugando a profissão aos critérios mercadológicos; só assim, possibilita a recuperação do espaço e da credibilidade do segmento perante a população. “O exercício crítico [...] vai permitir outro olhar sobre estes produtos. E uma reflexão de caráter emancipador sobre esta nossa pós-modernidade, em que valores ocidental-americanos ou oriental-hipônicos estão sempre a confrontar nossas próprias culturas locais” (MOTA, 2007, p. 8). Portanto, cabe ao jornalista de cultura contemplar as manifestações, entendê-las e delinear-se sobre a obra, revelando o que não está aparente, os seus silêncios e esquecimentos, as suas referências.

Assim sendo, "o valor do jornalismo cultural praticado com tal qualidade é óbvio. Fica clara a importância da crítica em seu papel de formar o leitor, de fazê-lo pensar em coisas que não tinha pensado (ou não tinha pensado naqueles termos), além de lhe dar informações" (PIZA, 2009, p. 77). E para que ela cumpra a função que lhe é incumbida de despertar no leitor essa capacidade reflexiva, cabe ao crítico de cultura ter boa argumentação de modo que não se atenha a apresentar apenas adjetivos sobre a obra analisada embasados em sua opinião. Mas ele deve conduzir o texto de forma interpretativa, avaliando as características, as referências, as conversas com outros tipos de produções, criando novos significados, que nem sempre correspondem ao gosto pessoal do jornalista ou daquilo que o autor da obra quis revelar. Para tanto, Piza (2009, p. 78) ressalta que "o bom crítico deve ter boa formação cultural", mas ao mesmo tempo, "não deve ter ataques pessoais", pois "o crítico não é um 'juiz'". Contudo, a "função básica da crítica é, sim, julgar, no sentido de fazer uma opção pessoal, de qualificar uma obra em escala (de péssima a excelente), e o leitor que concorde ou discorde".

A crítica funciona como uma interpretação da expressão ou produção avaliada, logo, deve notar que a cultura é constitutiva da nossa identidade. Além do mais, as memórias coletivas são construídas hoje e o jornalismo é um agente nesse campo. Atuamos, enquanto profissionais das notícias da atualidade como mediadores de culturas, como guardiões das memórias e influentes nas identidades. O Jornalismo Cultural ajuda a construir as memórias sobre as culturas no dia-a-dia, nas rotinas, nas pautas, nos costumes, nas reportagens, nos usos das coletividades, na crítica das sociedades. Por isso mesmo, consideramos indispensável a tomada de consciência desse lugar, pensando os valores culturais e indo além, percebendo suas significações e interferências sociais, identitárias e atemporais.

Sendo dessa maneira, para que melhor se compreenda a realidade atual e as funções que são atribuídas ao Jornalismo Cultural, cabe discutir acerca da história de consolidação do campo de publicação cultural no Brasil e especificamente no Piauí, fazendo o percurso do surgimento e configuração dessa especialidade jornalística por meio de um diálogo entre o contexto piauiense e o cenário jornalístico nacional. Tratamos, a seguir, sobre a história do Jornalismo

Cultural piauiense, levando em conta as influências do jornalismo brasileiro, assim como o panorama social e político, com o objetivo de entender as características e particularidades do segmento jornalístico no Estado. Entendemos que essa contextualização se faz necessária para chegarmos às análises sobre as maneiras de fazer de nosso objeto contemporâneo.

### **3.2 História e memórias do Jornalismo Cultural no Piauí: contextualização do surgimento e desenvolvimento**

O surgimento da imprensa brasileira se deu de modo tardio em relação ao "descobrimento" do Brasil e ocupação pelos europeus. Desde 1500, época em que os portugueses chegaram às novas terras, até o estabelecimento definitivo do primeiro jornal no país se passaram mais de três séculos. Até então, não havia universidades, fábricas ou bibliotecas, a impressão ou circulação de livros era ilegal no Brasil. A chegada da família real à colônia, após invasão dos exércitos franceses comandados por Napoleão Bonaparte a Portugal, em 1808, fez com que o Brasil se tornasse sede do governo português, instaurando-se um processo de mudanças no cenário político, econômico e social, entre elas, a liberação da imprensa (LUSTOSA, 2004).

Segundo Nelson Werneck Sodré (2011), o surgimento da *Gazeta do Rio de Janeiro*, em 10 de setembro de 1808, está vinculado à instalação da Imprensa Régia, por iniciativa da Corte, que também controlava e protegia. Tratava-se de um “jornal oficial, feito na imprensa oficial, nada nele constituía atrativo para o público, nem essa era a preocupação dos que o faziam, como dos que o haviam criado” (SODRÉ, 2011, p. 42). No mesmo período e até alguns meses antes, 1º de junho de 1808, circulou no Brasil o *Correio Brasiliense*, impresso, contudo, em Londres, mas com papel expressivo, conforme o mesmo autor, pela postura adotada e pela ligação que mantinha com as condições brasileiras. O jornal de Hipólito da Costa era doutrinário, “[...] como ângulo externo de ver o Brasil, perspectiva externa: todos os nossos grandes problemas foram por ele tratados muito mais segundo as condições internacionais do que nacionais” (SODRÉ, 2011, p. 43).

Além do problema da precedência, há que considerar, no caso, que eram diferentes em tudo, mesmo pondo de lado a questão da orientação, quando a diferença chegava quase ao antagonismo. Representavam, sem a menor dúvida, tipos diversos de periodismo: a *Gazeta* era o embrião do jornal, com a periodicidade curta, intenção informativa mais do que doutrinária, formato peculiar aos órgãos impressos do tempo, poucas folhas, preço baixo; o *Correio* era brochura de mais de cem páginas, geralmente 140, e capa azul escuro, mensal, doutrinário muito mais do que informativo, preço muito mais alto (SODRÉ, 2011, p. 45. *Grifos do autor*)

De acordo com Isabel Lustosa (2004), o *Gazeta do Rio de Janeiro* era uma publicação de cunho oficial, "onde se publicavam os decretos e os fatos relacionados com a família real. Publicava também um noticiário internacional, mas este era absolutamente anódino, com informações filtradas pela rigorosa censura da Imprensa Régia" (LUSTOSA, 2004, p. 26). Já no *Correio Braziliense*, a "informação era veiculada de forma circunstanciada e analítica em textos que, às vezes, se prolongavam por vários números seguidos" (LUSTOSA, 2004, p. 15). Esse jornal brasileiro tinha tamanho e formato semelhantes aos de um livro, com cerca de 100 páginas a cada edição, divididas em sessões, que variavam entre política, economia, artes e ciências; publicava sobre acontecimentos internacionais, por meio de documentos e de notícias copiadas dos jornais de fora.

Posteriormente, em 1812, surgiu a primeira revista brasileira denominada *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura* (MOURA, R. 2011). Segundo Ranielle Moura (2011, p. 2), "[...] das primeiras décadas do século XIX às últimas do século seguinte, milhares de publicações, jornalísticas ou não, tomaram o formato de revista e ganharam o mercado e seus públicos", a maioria era composta por publicações literárias. Tratava-se de publicações que abordavam temas específicos de modo mais preparado e elaborado, com periodicidade mais longa. Mais tarde, elas passaram a publicar matérias de interesse social, mas só em 1904, apareceu uma revista de cunho cultural específico: *Kosmos*, "[...] seu conteúdo era voltado para crônicas, manifestações artísticas e reportagens sobre eventos sociais da elite da cidade do Rio de Janeiro" (MOURA, R. 2011, p. 5). O início da prática do Jornalismo Cultural no Brasil se relaciona com a história das revistas brasileiras.

No Piauí, o jornalismo nasceu oficialmente apenas em 1832, na então capital Oeiras, 24 anos após o aparecimento da imprensa no Brasil. A primeira publicação desse estado foi chamada de *O Piauiense*, periódico que apresentava discurso oficial em suas páginas, o que o marcou como sendo uma veiculação de caráter governamental (RÊGO, 2001). Os primeiros jornais piauienses tinham a mesma característica do *Gazeta do Rio de Janeiro*, ou seja, eram publicações oficiais, cujo objetivo era propagar as ações governamentais para conhecimento do público e, quiçá, causar boa impressão e manter uma imagem positiva do governo perante as pessoas que aqui moravam. Nesse período, não existiam publicações de caráter cultural no Piauí, elas começaram a ganhar espaço bem mais tarde.

Segundo Vinicius Ribeiro Cordão Ferreira e Ana Regina Rêgo (2014), o papel que o jornalismo desempenhava nos primeiros anos, tanto no Brasil, quanto no Piauí, era diferente do que vemos hoje ou, ao menos, do que pretendemos ser hoje. A imprensa "[...] era vista pelos

governantes como uma ferramenta propagandista de seus interesses e valores sem nenhum caráter social ou até mesmo informativo, no sentido de apresentar realidades e ajudar na formação intelectual do seu leitor" (FERREIRA; RÊGO, 2014, p. 126). Os autores citados apontam que durante esse período, os jornais piauienses trabalhavam conteúdos políticos de modo semelhante, mudando apenas os conteúdos conforme os partidos de quem eram afiliados, além disso, existiam diferenciais no linguajar utilizado pelos meios de comunicação da época, indo de um vocabulário abrandado ao chulo, com ataques explícitos entre uns e outros.

Embora desde 1849 o jornal de teor predominantemente político já trouxesse folhetins – uma forma de narrativa literária – em suas publicações, de acordo com os pesquisadores supracitados, a situação do jornalismo atrelado à política só começa a mudar em 1853, quando D. Pedro II instaurou um acordo político chamado Ministério da Conciliação, em que os dois partidos da época, liberais e conservadores, deveriam participar das decisões políticas nacionais. Com isso, a produção da imprensa local toma novos rumos, permitindo a entrada dos literatos de modo mais veemente, já que o jornalismo partidário estava mais brando na província piauiense. Segundo Ferreira e Rêgo (2014), o marco inicial do Jornalismo Literário no Piauí, precursor do Jornalismo Cultural, deu-se na década de 1850, com o lançamento do *Recreio Literário*, um jornal que exaltava a cultura diante da política por apresentar de forma prevacente o conteúdo literário. Isso fez com que outros periódicos adotassem essas ideias, ajudando a construir um jornalismo pautado na cultura propriamente dita.

O jornalismo passa, ainda que de modo gradativo, a tomar outras feições perante aos homens que estão a frente da imprensa e da própria sociedade piauiense, de forma que nos periódicos literários publicados no final do século XIX, como *Sensitiva* (1883) e *O Cosmopolita* (1886), encontram-se textos reflexivos apontando o papel do jornalismo como vetor de transformação social e formação intelectual das classes (FERREIRA; RÊGO, 2014, p. 130. *Grifos dos autores*).

Contudo, antes mesmo da instauração do Ministério da Conciliação em todo o país, ou melhor, desde o surgimento do jornalismo brasileiro, no início do século XIX, era possível encontrar algumas produções voltadas para a literatura, até mesmo naqueles impressos de veiculação eminentemente governamental. Não obstante à grande influência que a imprensa nacional exercia sobre as publicações piauienses, conteúdos de caráter cultural puderam ser percebidos no Piauí somente anos depois do nascimento do seu jornalismo. Por volta de 1840 é que podemos encontrar aspectos que expressam a cultura nas edições locais, principalmente, com a divulgação de poesias (FERREIRA; RÊGO, 2014). Diante disso, notamos que o início

do Jornalismo Cultural piauiense, assim como o brasileiro, está intrinsecamente ligado ao Jornalismo Literário<sup>5</sup>.

Deste modo, percebemos o atraso da imprensa piauiense em relação à nacional desde o seu surgimento e, semelhantemente, do jornalismo brasileiro frente ao internacional. Segundo Teresa Albuquerque Ribeiro Gonçalves (2014; 2015), enquanto no Brasil o Jornalismo Literário se expandiu de modo mais enfático a partir de 1830 até o final do século XIX, no Piauí o crescimento só se deu a partir do século XIX ao início do seguinte. Para a pesquisadora, o retardamento é resultado do contexto histórico, político, social e econômico. "A educação praticamente inexistia e o poder se concentrava nas mãos de poucas famílias. As famílias com mais condições mandavam seus filhos para estudar em outros estados [...]. A grande maioria sempre escolheu o Direito e ao retornarem acabavam ingressando na política" (GONÇALVES, 2014, p. 5).

Essa situação em que o país viveu, e o Piauí em particular, explica a demora no desenvolvimento do Jornalismo Cultural; os jornais se concentravam em veicular conteúdo sobre política, em detrimento dos assuntos culturais. Por esse motivo, somente tempos depois do início do jornalismo local é que o Piauí apresentou um contexto que tornaria possível a inserção da literatura no jornalismo. Com isso, tanto a literatura, quanto a cultura em si conseguem ganhar espaço a partir daí, "desenvolvimento proveniente de uma nova forma de governo (a república) e da mudança da mentalidade de parte da população" (GONÇALVES, 2014, p. 1). Gonçalves (2014; 2015) ressalta desse modo que a inserção literária nos jornais foi fundamental para que aspectos característicos do Jornalismo Cultural fossem, aos poucos e sutilmente, ganhando espaço através das manifestações da literatura.

Pode-se observar, então, que apesar dos fatores de atraso que rodeavam o Piauí, tais como carência de escolas, tipografias, bibliotecas públicas e livrarias e outros de ordem política e econômica, a imprensa conseguiu exercer um papel fundamental no desenvolvimento cultural e intelectual do estado, colaborando, assim, com a história piauiense. Foi, portanto, também por meio da mídia impressa que a realidade piauiense, mesmo que lentamente, começou a mudar, já que o desenvolvimento da educação e o hábito da leitura e escrita eram fundamentais para o jornalismo. Ou seja, uma dependência mútua que gerou a preocupação dos governantes em incentivar o progresso (GONÇALVES, 2014, p. 7).

O desenvolvimento do Jornalismo Literário e Cultural acompanhou o crescimento sociocultural do Estado, o qual estava mais atrelado aos usos da literatura pelas pessoas que

---

<sup>5</sup> Por Jornalismo Literário nesse período, referimo-nos à transcrição de conteúdos produzidos por escritores e considerados como sendo próprios da literatura, a exemplo de poesias, contos e crônicas, e veiculação no suporte jornalístico impresso.

aqui moravam, por isso mesmo, as raízes do Jornalismo Cultural também estão relacionadas aos aspectos literários piauienses. Reiteramos que essa característica não é particular do Piauí. De tal modo, notamos que foi através dessa veia literária no jornalismo que a cultura passou a se tornar mais acessível e um pouco mais democrática. "Os jornais estimulam os seus leitores a uma cultura de consumo de bens simbólicos, tendo como consequência o aumento nas tiragens dos jornais e o surgimento de publicações segmentadas voltadas para assuntos culturais" (FERREIRA, 2014, p. 25). Logo, o desenvolvimento do Jornalismo Cultural está ligado ao processo de incremento e de ampliação do campo cultural, mais precisamente o ambiente das manifestações artísticas em razão dessa disseminação das produções pela imprensa, mesmo que o seu alcance naquela época ainda fosse limitado. As transformações nas veiculações jornalísticas piauienses tornaram-se perceptíveis mesmo antes da mudança da capital para Teresina, em 1852. Ferreira (2014) ilustra o jornal *O Argos Piauiense* como um exemplo dessas transformações, pois o impresso, em 1851, já publicava poemas.

Com a mudança da capital para Teresina, em 1852, ocorre substancialmente a inclusão de temáticas culturais nos impressos, pois é com a transferência da sede administrativa da província que há a instauração do pensamento moderno em definitivo na mentalidade da elite local fazendo com que cultura passe a ser vista como um mecanismo necessário e representativo do mundo civilizado. Desde o primeiro jornal da nova capital, a *Ordem*, impresso por Antônio da Costa Neves e redigido por José Martins Pereira de Alencastre, a produção cultural já se faz presente, na edição do dia 10 de abril de 1853 por exemplo foi publicado um soneto e a seção da "Chronica Quinzenal". (FERREIRA, 2014, p. 55).

Durante um bom tempo o Jornalismo Cultural foi ganhando espaço nas publicações piauienses, contudo, no contexto em que ocorria a Guerra do Paraguai (1864-1870), o segmento passa a ceder lugar para as notícias relacionadas à guerra. Com isso, o entretenimento passa a ser valorizado nos jornais, por meio de uma nova categoria destinada às anedotas e charadas, publicadas na seção denominada de Variedades, segundo Ferreira (2014). Todavia, nesse panorama histórico do desenvolvimento do Jornalismo Cultural no Piauí, o mesmo autor destaca o jornal *Amigo do Povo* pelo fato de o impresso abordar temáticas que vão além do ambiente artístico e estético. O periódico adotou uma postura que levava em consideração a realidade social local, ou seja, o contexto onde a obra está inserida, e não apenas transpunha poemas que caracterizam um jornalismo eminentemente literário, como nos primeiros anos.

O mesmo jornal "também amplia a variedade de expressões culturais analisadas, indo além da literatura e do teatro, tecendo críticas e emitindo notas informativas sobre produções referentes às artes plásticas" (FERREIRA, 2014, p. 65). E aqui se destacou uma figura proeminente no jornalismo praticado no Piauí: David Moreira Caldas. É importante ressaltar

que David Moreira Caldas teve participação relevante para o desenvolvimento do Jornalismo Cultural piauiense enquanto esteve em outros jornais que não só o *Amigo do Povo*, entre eles, podemos citar, com base em Ferreira (2014), a sua passagem pelo *Liga e Progresso* e o *Oitenta e Nove*. O jornalista citado ofereceu grande contribuição para que o segmento de cultura se desenvolvesse no jornalismo local, indo além da disseminação das artes, a exemplo da forma como a literatura vinha sendo posta. Ele foi capaz de introduzir críticas nas produções que iam além da divulgação de poemas ou de outras formas textuais típicas da literatura.

David Moreira Caldas fazia jornalismo político, mas perpetrava também pelo Jornalismo Cultural de modo diferente do que estava estabelecido até o momento. Em oposição à veiculação sobre a cultura por meio da divulgação da literatura no suporte jornalístico, como se fazia até então, o jornalista citado impetrava críticas culturais de livros e outras produções. Ele “não só introduz e publica sistematicamente os formatos relacionados com a prática do jornalismo cultural como também adota em seus textos uma visão crítica da realidade social” e ainda “depõe contra a implementação do sistema estético que vinha colocando à margem as produções culturais populares assim como tece reflexões sobre o papel econômico e social da cultura na sociedade Imperial, explicitando as relações de poder presente” (FERREIRA, 2014, p. 72).

A forma como David Caldas trabalhou a cultura e a crítica nos jornais da época é semelhante ao que entendemos hoje sobre o Jornalismo Cultural, como sendo um lugar de crítica, criatividade, divulgação, análise e circulação dos bens simbólicos, das artes, das letras, dos costumes, das práticas e das correntes de pensamento (RIVERA, 2006). É por isso que ressaltamos a proeminência desse jornalista na transposição do Jornalismo Literário para o Cultural no Piauí, entendendo que a literatura foi apenas a primeira manifestação, mas que o Jornalismo Cultural brotou veementemente no estado a partir das práticas empreendidas por David Moreira Caldas.

Encontramos no jornalismo praticado por David Moreira Caldas para além da inovação no teor do conteúdo também a incorporação de um novo formato, tão caro especialmente na contemporaneidade, para o jornalismo cultural – a resenha. A função do formato ao ser empregado no século XIX no Piauí distancia-se entretanto do quadro que se estabeleceu com a passagem do século XX para o XXI, onde movido pela engrenagem da forte indústria cultural os cadernos de cultura perdem sua criticidade transformando-se em reprodutores de releases dos produtos fazendo com que JC acabe transmutando para uma simples vitrine (FERREIRA, 2014, p. 67).

De acordo com Ferreira (2014), a partir da década de 1870, o jornalismo praticado e veiculado no Piauí se torna mais propício à difusão da cultura. Então, surgem novos impressos

literários que acabam por contribuir com o desenvolvimento da cultura local. A cultura passou a ganhar espaço gradativamente e o cenário começou a mudar, primeiro, com a veiculação de poemas nos jornais, seguidos dos folhetins e depois das notas sobre a cultura. Esse processo conduz à existência do Jornalismo Cultural no Piauí. Isso não quer dizer, entretanto, que o Jornalismo Literário deixou de existir à medida em que o Jornalismo Cultural passou a se delinear de modo mais enfático, mas eles coexistiram durante o século XIX, assim como o jornalismo que trabalhava a política.

Portanto, a origem do Jornalismo Cultural no Piauí se deu ainda no século XIX em um contexto em que a prática se assemelhava aos formatos da Corte, embora o Piauí vivesse uma situação social e econômica não muito favorável. “Logo o jornalismo cultural piauiense, apesar de tardio, tem sua origem ainda no século XIX, tendo em sua produção a existência de formatos críticos e informativos assim como praticado na corte” (FERREIRA, 2014, p. 72). Para Ferreira (2014), os intelectuais que atuavam no jornalismo local eram movidos pelo desejo de fomentar a cultura a partir do ideal de modernidade e também de progresso e, ainda, pelas ideias iluministas.

Conforme discussão empreendida por Celso Pinheiro Filho (1988) a respeito da história da imprensa piauiense, os primeiros anos do século XX foram calmos do ponto de vista jornalístico. Contudo, para a literatura, “[...] foi um dos mais fecundos períodos, com o surgimento para a posteridade de uma plêiade de nomes que ficariam perpetuamente gravados em nossas letras”, entre eles, citamos o conhecido Da Costa e Silva. Isso foi possível porque “o jornal foi sempre a escola dos nossos escritores e poetas” (PINHEIRO FILHO, 1988, p. 45). Já a segunda década do século citado foi mais fecunda, tanto para o Jornalismo Literário, com grande aparecimento de jornais e revistas literárias, quanto para o jornalismo em geral, com movimentação política devido à eleição para o presidente da república repercutida nas páginas dos jornais da época.

É interessante ressaltar também que o desenvolvimento da imprensa no Piauí teve sua atuação marcada basicamente na capital – primeiro Oeiras, depois Teresina. O mesmo autor destaca que em menor escala, temos as cidades de Parnaíba, Floriano e Amarante. Segundo ele, antes mesmo de Oeiras e Teresina, a cidade litorânea teve a oportunidade de ter jornais devido ao fluxo marítimo e à conseqüente ligação com outras províncias, mas não os teve por se conformar com as notícias que viam por meio de impressos dos estados vizinhos, Maranhão e Pernambuco, e também da Corte. O primeiro jornal parnaibano só foi lançado mais de 30 anos depois de *O Piauiense*: foi em 1863, o *Eco de Parnaíba*. Já Floriano, “depois de Teresina foi a

cidade que, após seu nascimento, teve a imprensa em menor tempo” (PINHEIRO FILHO, 1988, p. 50-51). Seu primeiro jornal surgiu em 1905 com o nome *Vida Comercial*.

Depois de contextualizarmos o surgimento e desenvolvimento do Jornalismo Cultural no Piauí, ressaltamos a relevância em conhecer a história das revistas para entender melhor as práticas jornalísticas verificadas atualmente no campo regional. Sendo assim, propomo-nos a apresentar, no próximo tópico, a relação de revistas piauienses, cuja variedade e o grande número podem ser constatados no decorrer dos séculos XIX e XX, servindo de apontamento para uma sociedade que está em constante mutação.

### 3.3 Inventário das primeiras revistas piauienses

Antes de iniciarmos o percurso histórico sobre as revistas piauienses, é pertinente ressaltarmos que o propósito deste tópico é essencialmente conhecer como o jornalismo de revista nasceu e se desenvolveu no Piauí, uma forma de chegarmos à revista *Revestrés*. Sendo assim, elencamos as principais publicações verificadas em âmbito regional durante os séculos XIX e XX, como um registro para a sociedade atual sobre o processo de consolidação das revistas. Escolhemos não investigar a fundo as edições, pois a análise aprofundada da variedade e da grande quantidade de revistas constatadas no decorrer desses dois séculos no Estado não é objetivo deste trabalho; o propósito aqui é de contextualizar o nosso objeto de pesquisa. Para tanto, recorreremos a um levantamento cronológico das revistas que precederam a *Revestrés*.

Como vimos, o jornalismo no Piauí nasceu oficialmente com a publicação do impresso chamado *O Piauiense*, em 15 de agosto de 1832, na então capital Oeiras. Contudo, Celso Pinheiro Filho (1997) observa que a primeira revista piauiense só surgiu mais de 40 anos depois, exatamente em 1874, após a mudança da capital para Teresina, com a denominação *Revista Mensal*. Sob a direção de Miguel Sousa Borges Leal Castelo Branco, a publicação tinha cunho comercial, mas oferecia distribuição gratuita que perdurou até 1879.

Todavia, fazemos a ressalva de que, além da *Revista Mensal*, Cláudio de Albuquerque Bastos (1994) cita, no "Dicionário Histórico Geográfico Piauiense", a revista *Lux* como tendo nascido no mesmo ano, 1874. A publicação, segundo o autor, tinha caráter científico e literário e era redigida por Francisco Gil Castelo Branco. Nesse caso, as duas seriam as precursoras do jornalismo de revista praticado no Piauí no século XIX, seguidas pelo *Almanack Piauiense*, de circulação anual datados de 1879 a 1883 em sua primeira fase, contendo "[...] diversos documentos históricos sobre a província, apontamentos para a crônica piauiense, descrição da

cidade de Teresina e relação nominal do eleitorado do Piauí", enquanto na segunda fase, circulou em 1903 e 1905 (BASTOS, 1994, p. 278).

Logo em 1883, o mesmo autor aponta para o surgimento da *Revista Mensal da Sociedade União Piauiense* e, em 1887, da *Revista Mensal de Literatura, Sciencias e Artes* redigida em 32 páginas por Leônidas Benício de Mariz e Sá e Nascimento Filho, em Teresina. Nesses primeiros anos da trajetória das revistas piauienses, verificamos que as veiculações eram esporádicas, com distanciamento de anos entre uma publicação e outra. As revistas eram escritas, impressas e veiculadas, principalmente, na capital do Piauí. Algumas saíram em apenas um número tal eram as dificuldades de produção, impressão e veiculação da época, a exemplo da mensal *Revista Piauiense*, de 1896.

A primeira revista do século XX foi a *A Pena*, de 1902, publicação quinzenal da Oficina Literária José Coriolano, de aproximadamente 16 páginas, a qual tinha colaboradores diversos. De acordo com Bastos (1994), a revista circulou somente de janeiro a agosto do mesmo ano. O novo século trouxe também uma novidade: a circulação da primeira revista no interior do Estado: *Revista do Grêmio Literário Amarantino*, no pequeno município de Amarante situado às margens dos rios Parnaíba, Canindé e Mulato. Até então, as publicações haviam se estabelecido apenas na primeira capital Oeiras e, depois, Teresina, portanto, a publicação constitui um marco na história do jornalismo local.

Segundo Pinheiro Filho (1997) e Bastos (1994), em 1905, saiu a *Revista Infantil* manuscrita por jovens residentes em Teresina. E, de 1909 a 1910, o Piauí recebeu a revista de letras chamada *Alvorada*, que dividiu espaço na sociedade piauiense com o impresso do Grêmio Literário Raimundo Correia, do Liceu Piauiense, chamado de *Cidade Luz*, datado de 1910. Nesse período, muitas publicações literárias foram feitas por grêmios estudantis, como *Letra* (1911), do grêmio Euclides da Cunha, de alunos do Liceu Piauiense; *Via Crucis* (1912) e *Estudante* (1912), que era mensal, literária e pedagógica do Grêmio Literário Abdias Neves; *Cidade de Luz* (1913), do Grêmio Literário Raimundo Correia, do Liceu Piauiense. Em 1940, ainda encontramos publicações desse porte, a exemplo da *Voz do Estudante*, do Grêmio Literário Da Costa e Silva, das instituições de ensino Anteneu Piauiense e da Academia de Comércio do Piauí, a qual publicava poesia, contos e notícias.

Mas Bastos (1994) cita, ainda, a revista quinzenal *Evolução* como sendo de ciências, artes, letras e variedades noticiada no ano de 1910. No ano seguinte, surgiu *A Chaleira*, caricata de publicação semanal dirigida por Benedito Aurélio de Freitas. A seguir, entre 1912 a 1913, circulou a revista literária mensal chamada de *Litericultura*, redigida por Abdias da Costa

Neves, João Pinheiro e Matias Olímpio de Melo e impressa na Imprensa Oficial, em Teresina, custava 1\$000 (mil réis).

No ano em que nasceu a revista sobre literatura e humorismo chamada *Gente Nova* (1918), surgiu também uma publicação que persiste até os dias atuais: a *Revista da Academia Piauiense de Letras*. Desde o primeiro número, seu conteúdo era variado e ia de contos, poesias, história a conferências e informes. As primeiras publicações saíram com tiragem de 500 exemplares, contudo, durante esse tempo houveram várias interrupções, muitas vezes até de anos. Segundo Iara Moura (2013, p. 3), o impresso foi criado com o propósito de manter viva a Academia Piauiense de Letras, deste modo, "constitui o primeiro suporte de divulgação e de registro da obra de muitos poetas piauienses servindo de fonte para o resgate de obras esparsas e inéditas de autores que não chegaram a publicar em vida nenhum livro".

O primeiro número da *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Piauiense*, do órgão de mesmo nome, despontou em 1920. Dois anos depois, apareceu a segunda edição comemorativa do primeiro Centenário de Independência do Brasil. Somente depois de 50 anos a terceira edição Sesquicentenário da Independência foi noticiada, após a reestruturação do instituto (PINHEIRO FILHO, 1997).

Exclusivamente nos carnavais de Teresina passou a ser veiculado, a partir de 1922, um impresso ilustrado e colorido em tom humorístico sobre a festa: era a revista *O Automóvel*, que tinha tiragem de 600 exemplares. Entretanto, seus redatores e colaboradores são desconhecidos. Outra carnavalesca ilustrada surgiu em 1939 com o nome *O Camundongo*. Diversamente, em 1923 saiu a revista literária de publicação mensal *A Pátria*, que foi dirigida por Heitor Castelo Branco Filho (BASTOS, 1994).

Afora à Capital Teresina, o Inventário do Acervo de Revistas do Arquivo Público do Piauí (2005) dá conta do *Almanaque de Parnaíba*, cuja primeira edição data de 1924. Intelectuais parnaibanos e também de outras cidades piauienses escreveram para o periódico, que continha teor variado, com informes sobre o município e sobre o Estado, além de contos, poesias e história. No entanto, Ferreira e Rêgo (2011) apontam 1923 como o ano de seu surgimento, época da República Velha. Para os pesquisadores, "a importância do almanaque pode ser creditada tanto pelo conteúdo, quanto pelo tempo de existência tendo sua última publicação datada de 2006" (FERREIRA; RÊGO, 2011, p. 7). Desse modo, para Ferreira e Rêgo (2011), o *Almanaque de Parnaíba* se destacou entre as publicações nascidas no século XX, com festas contempladas por autoridades e personalidades a cada lançamento.

Apesar de paulatinamente abrir espaços para divulgar o que ocorria em outras cidades, a cidade de Parnaíba continuou sendo o foco do periódico, dedicando em todas as suas edições a relação de instituições, comércios bem como, o balanço comercial da cidade, além de falar sobre os temas importantes para a população como a educação, o porto de Amarração, a cera da carnaúba. O Almanaque nunca deixou de documentar o desenvolvimento urbano do município, mostrando foto de obras públicas e novos prédios privados construídos no ano anterior a sua publicação (FERREIRA; RÊGO, 2011, p. 14).

Ainda no século XX, exatamente em 1930, o litoral viu circular *A propaganda*, revista comercial e literária que divulgou contos, poesia e tinha intensa propaganda sobre produtos e casas comerciais da cidade. Igualmente em Parnaíba, conforme Pinheiro Filho (1997), outra revista surgiu em 1949 e tinha o nome de *Cultura*. Era uma publicação da Sociedade Parnaibana de Expansão Cultural, redigida por Cândido de Almeida Ataíde, Pe. Antonio Monteiro Sampaio e Moacir Rodrigues da Cunha. De tal modo, a história e as memórias do jornalismo piauiense, tanto de modo geral quanto no caso das revistas, demonstram vestígios de que os contextos social, econômico, histórico e cultural possibilitavam o nascimento e a circulação de periódicos no Estado, rotineiramente, em atraso com relação ao restante do país. Da mesma forma, os indícios mnemônicos e históricos sugerem certa demora no surgimento das publicações no interior em discrepância com o que se pode verificar na capital ao longo dos anos.

O caso de Parnaíba é particular por ter uma situação econômica e social mais favorável que os outros municípios piauienses. O incentivo à navegação do Rio Parnaíba pelo Governo do Estado, por volta do final do século XIX, possibilitou o desenvolvimento e fez com que a cidade ganhasse força a ponto de ser tomada como principal centro econômico do Piauí. O crescimento fez acalorar uma sociedade mais exigente, que já não se contentava com as publicações vindas dos estados vizinhos, criando assim uma situação favorável ao fortalecimento do jornalismo em Parnaíba, a partir de “um mercado consumidor exigente que fomentou e fortaleceu a imprensa parnaibana existente desde 1863. Somente durante a república velha surgiram mais de trinta jornais e revistas, tendo, por exemplo, em 1912, cinco periódicos locais em circulação” (FERREIRA; RÊGO, 2011, p. 9). Todavia, ainda assim, verifica-se atraso no desenvolvimento do jornalismo parnaibano em relação à capital.

Quanto ao conteúdo, a história e as memórias das revistas publicadas no Piauí demonstram que o jornalismo mantinha forte ligação com a história e a literatura, visto que esse é um campo interdisciplinar e que, portanto, abarca muitos assuntos. Um exemplo pode ser citado com a ilustração de *A Revista*, do Cenáculo Piauiense de Letras, que circulou entre 1927 a 1928. A edição era exclusivamente literária sem anúncios nas suas 30 a 40 páginas de poesias,

contos, "poemetos" (espaço para pequenos poemas), discursos. Por vezes, homenageava alguém no espaço ilustrado da capa.

Imediatamente, em 1928, surgiu a revista semanal *Cidade Verde; Lavandeira* em 1930; em 1933, *A Garota*, literária e social dirigida por Moura Rego e Ribamar Ramos. No mesmo ano foi lançada uma revista mensal, literária, humorística e noticiosa denominada *Gleba*, que tinha conteúdo literário, biográfico, noticioso e informativo, enquanto, em 1935, surgira a *Revista Acadêmica*, do Diretório Acadêmico da Faculdade de Direito do Piauí (mais tarde, em 1947, o órgão lançou a *Cultura Acadêmica*), e *O Meio*, "literária ilustrada sobre artes, ciência, literatura e mundanismo". Em 1936, aparecera *Educação e 4 de Outubro*, esta era uma edição comemorativa do aniversário do Liceu Piauiense e, em 1938, *Leitura Amena* - publicação trimestral (BASTOS, 1994, p. 295).

Um ano após a criação da Associação Piauiense de Medicina, que se deu em 1938, o órgão passou a veicular artigos sobre medicina e saúde pública, com contribuições e informações de cunho local que vinham dos próprios associados. O material era reunido e publicado no impresso homônimo: *Revista da Associação Piauiense de Medicina* (PINHEIRO FILHO, 1997). A veiculação de revistas por órgãos como esse demonstram a necessidade de se firmar na sociedade e de tornar conhecido o trabalho realizado, assim como se constitui importante meio de expressão e informação dos próprios sócios. Foi assim com a *Revista da Academia Piauiense de Letras*, com as publicações da Secretaria Estadual da Fazenda mais tarde, assim como com tantas outras revistas veiculadas pelo Governo do Estado, as quais apresentavam matérias ilustradas sobre as ações do governo, como a *Piauí Agora* da gestão do governador Hugo Napoleão na década de 1980.

A Fundação Cepro (Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí), também vinculada ao Governo do Piauí, fez circular, em 1978, a revista *Análise Conjuntural da Economia Piauiense*. Segundo o Inventário do Acervo de Revistas do Arquivo Público do Piauí (2005), esta era uma publicação cujo objetivo era divulgar as pesquisas realizadas pela instituição, portanto, continha informações sobre a economia piauiense. Além dessa, a *Piauí Sumária*, publicação que trazia dados sobre diferentes aspectos, e a *Carta Cepro* foram lançadas pela Fundação; essa última ainda circula como revista semestral, que versa a respeito dos aspectos demográficos sociais, econômicos e históricos do estado do Piauí. Em 1983, circulou também a revista *Indicadores Conjunturais da Economia Piauiense* sobre o mesmo teor da primeira – a economia piauiense.

A partir da metade do século XX, as publicações de diferentes revistas passaram a aparecer em datas mais próximas umas das outras ou mesmo simultâneas. Em 1944, notamos a

*Revista Caduceu e Revista Zodíaco*, esta do Centro Cultural Lima Barreto, do Ginásio Demóstenes Avelino, publicou artigos sobre literatura, poesia, contos e notícia. Mais duas em 1948: *Cultura*, veiculada em Parnaíba, e *Revista das Cooperativas*, Teresina. E mais duas em 1949: *Revista Carnavalesca e De Revestrés*.

Passou a existir, em 1954, a *Panóplia*, da Associação Profissional dos Jornalistas do Piauí, que trazia matérias relativas ao ofício jornalístico, mas também veiculava literatura e história. Entre 1957 e 1959 circulou a revista trimestral *Econômica Piauiense* dirigida pelo professor Raimundo Nonato Monteiro Santana, a qual publicou textos sobre história econômica, assim como informações sobre economia, geografia e outros assuntos. Também em 1957, encontramos a revista *Piauí Judiciário*, publicação oficial do Tribunal de Contas do Estado sobre doutrina, ementário, legislação e jurisprudência. O órgão veiculou outro expediente em 1979, o qual foi nomeado *Revista do Tribunal de Contas do Piauí* a respeito de processos, ordens de serviços. Mas, em 1958, apareceu a revista semestral *Clube dos Advogados* e, em 1959, a *Revista Piauiense dos Municípios* (ARQUIVO PÚBLICO DO PIAUÍ, 2005).

Outras revistas que circularam na década de 1970 foram *A Mafrense*, revista de interesse geral que divulgava assuntos de interesse do Estado e dos municípios sob a direção do escritor J. Miguel de Matos; *Detalhes*, que oferecia reportagens e mundanismo, fundada e dirigida pelo casal Ronaib Oliveira e Elvira Raulino Oliveira, em 1971. Neste mesmo ano, surgiu a revista *Leia*, com notícias de política, fundada e dirigida por João Carlos Dias. E em 1977, começou a circular um impresso semestral de literatura e artes, chamado *Revista Cirandinha* (PINHEIRO FILHO, 1997).

A *Presença* surgiu como uma publicação da Secretaria Estadual da Cultura em 1974, à época do governo de Alberto Silva, com o objetivo de divulgar a cultura piauiense a partir de uma necessidade de se criar um espaço próprio para essa difusão. Conforme Sousa e Rêgo (2015, p. 8), “a carência de uma representatividade e o abandono gradativo das manifestações culturais chamou a atenção para a criação de um veículo institucional de caráter cultural, que objetivava discutir, disseminar e preservar o patrimônio cultural do Piauí. Em 1992, a editoria do impresso ficou a cargo da Fundação Estadual de Cultura e do Desporto, mais tarde, Fundação de Cultura do Piauí (Fundac).

*Presença* tem feição literária, mas também publica história, entrevista, biografia e matérias sobre cultura, sendo, contudo, uma publicação notadamente institucional do Governo do Estado do Piauí. A publicação ocorre semestralmente, com algumas interrupções ao longo dos anos, e é distribuída de forma gratuita aos municípios, universidades e escolas. “Durante

seus 40 anos de existência, atua como um periódico que difunde a cultura do estado, além de ser um espaço que permite o debate acerca das diferentes culturas existentes no Piauí, por vezes plurais que vivenciam a cultura local (SOUSA; RÊGO, 2015, p. 9).

Um ano após o aparecimento da revista de divulgação da cultura piauiense pelo Governo do Estado, em 1975, apareceu a *Revista de Teresina* editada pela Prefeitura da Capital. Esta publicação trazia informes demográficos, educacionais e de produção da cidade, conforme aponta o Inventário do Acervo de Revistas do Arquivo Público do Piauí (2005). Já na década de 1980 a *Revista do Instituto Histórico de Oeiras* surgiu com temas relativos à história da primeira capital e, por conseguinte, do Piauí. De 1981 a 1998, a história do jornalismo local encontra na *Revista Fazendária*, da Associação dos Servidores Fazendários do Estado do Piauí, matérias sobre as diversas secretarias do Governo do Estado, mas também noticiou informes gerais sobre economia e finanças do Brasil. Em 1984, nasceu a publicação nominada *Educação Hoje*.

Outra edição de destaque na história das revistas piauienses foi a chamada *Cadernos de Teresina*. Surgida em 1987 com o objetivo de divulgar a cultura local, esta era uma revista quadrimestral informativa da Fundação Cultural Monsenhor Chaves, instituição da Prefeitura Municipal de Teresina, que chegou até o século XXI com veiculações de caráter culturoológico. De acordo com Rêgo (2007), nos primeiros anos, a revista era escrita por especialistas, como historiadores, artistas, músicos, com a preocupação de aprofundar os temas para ganhar credibilidade, portanto, os textos veiculados não tinham cunho jornalístico e informativo, mas também não traziam muito "tom opinativo, a não ser nas resenhas. Editoriais e artigos, em geral, mantêm estilo mais acadêmico, mesmo que procurem, às vezes, um estilo coloquial ou jornalístico diversional" (RÊGO, 2007, p. 12).

De 1986 a 1991, consta no Inventário do Acervo de Revistas do Arquivo Público do Piauí (2005) a revista *Impacto*, noticiosa de circulação estadual. De 1991 a 1993, a revista *Contexto*, que publicava entrevistas, artigos sobre política e educação. Em 1991, revista *Espaço*; em 1994, *Revista Altoense*; 1995, *Revista de Repente*, noticiosa com matérias diversas, mas principalmente de divulgação da Fundação Nordestina de Cordel; 1996, revista *Dimensão*; 1997, *Revista da Academia de Letras do Vale do Longá*, especificamente do município de Barras, e a *Revista Acontece* do 15º Salão de Humor de Teresina. Nos anos 2000, *Revista dos Esportes*.

Esses são apenas alguns exemplos de tantas edições que se propagaram no Piauí a partir dos anos 1990. Foi assim que o mercado editorial de revistas cresceu no nosso estado e que algumas revistas passaram a surgir com tons realmente noticiosos e, por vezes, especializados,

contribuindo para a constituição das memórias sobre a sociedade piauiense, além da própria história do jornalismo do Piauí. O jornalismo tem um papel importante na constituição das memórias sobre os acontecimentos. Vale observar que, no caso do jornalismo de revista, essa função pode ser verificada com mais ênfase, já que esse é um lugar onde o leitor pode encontrar o diferencial em relação ao ofício cotidiano, pois tem como característica a investigação e o tempo como aliado. A variedade, diagramação criativa e sedutora foram se aprimorando com o passar dos anos da prática desse empreendimento no Piauí e, hoje, ainda tem espaço, mesmo com a propagação da era tecnológica.

Ressaltamos a relevância em conhecer a história do jornalismo piauiense para entender melhor as práticas jornalísticas verificadas atualmente no campo regional, pois a variedade e o grande número de revistas constatadas no decorrer dos séculos XIX e XX servem como registro histórico para uma sociedade que está em constante mutação. Logo nos primeiros anos da trajetória das revistas piauienses, conferimos que as veiculações eram muito esporádicas, escritas, impressas e veiculadas, principalmente, na capital do Piauí. Atualmente, elas estão espalhadas por todo o Estado e concorrem com muitas outras no mesmo espaço e tempo, ajudando a fazer a história do jornalismo local e contribuindo para a construção das memórias e identidades. Através do jornalismo de revista, jornalismo documentado, gerações futuras poderão analisar os costumes e práticas a partir de produções, como as citadas. É a nossa proposta aqui, neste trabalho, com a revista *Revestrés*, apresentados os aportes que levaram ao seu surgimento.

## 4 ENTRE ESTRATÉGIAS E TÁTICAS: A ATUAÇÃO DA REVESTRES NO JORNALISMO CULTURAL DO PIAUÍ

### 4.1 Revista *Revestres*: história e atualidades

*Revestres* nasceu em fevereiro de 2012 como um periódico especializado em Jornalismo Cultural, produzido e publicado pela Quimera – Eventos, Cultura e Editoração Ltda. A revista tem periodicidade bimestral e possui tiragem de aproximadamente dois mil exemplares a cada edição distribuídos em todo o Piauí, assim como em alguns outros estados brasileiros. Tem sede física em Teresina, com perfis em redes sociais na internet<sup>6</sup> e site próprio<sup>7</sup>, espaços que disponibilizam a compra avulsa, a assinatura e a interação entre o público leitor e aqueles fazem o impresso hoje. As opiniões e comentários expressos nas mídias digitais ou no endereço eletrônico são selecionados e editados sob a possibilidade de serem divulgados na edição impressa seguinte, no espaço denominado Fala Leitor logo nas primeiras páginas da revista.

A equipe de *Revestres* é composta pelo publicitário e escritor André Gonçalves, diretor responsável e fotógrafo; pelo professor e escritor Wellington Soares, também diretor responsável; pela jornalista e professora Samária Andrade, editora e repórter; pelas jornalistas Luana Sena, Liliane Pedrosa, Nayara Felizardo, repórteres; pela jornalista Vitória Holanda, que integrou à equipe inicialmente como estagiária, hoje, também é repórter; por Maurício Soares, fotógrafo, que assina seus trabalhos como Maurício Pokemon; por Adriano Leite, que cuida da parte administrativa; e ainda por Alcides Júnior, responsável pelo projeto gráfico da publicação. Destes, formam o conselho editorial: André Gonçalves, Wellington Soares, Samária Andrade e Luana Sena. Vale ressaltar que a equipe de profissionais que integra essa publicação se mantém praticamente intacta desde que foi fundada, em 2012, até a atualidade.

De acordo com Fillipe França Ferreira Guedes (2014), a equipe mistura pessoas com mais experiência profissional e de vida com outras que são mais jovens e que estão no mercado de trabalho jornalístico há menos tempo. Conforme os idealizadores, cada profissional foi escolhido minuciosamente para dar conta da proposta do impresso. “Dentre outras características a equipe se define como amante da cultura e [do] jornalismo cultural. Por conta disso, se argumenta uma afinidade existente em toda a equipe” (GUEDES, 2014, p. 64), apesar de apresentar pontos de vista e ideias diferentes, que acabam por enriquecer a produção sobre

---

<sup>6</sup> As mídias sociais de *Revestres* na Rede podem ser encontradas no endereço do Facebook ([facebook.com/revistarevestres](https://facebook.com/revistarevestres)); Instagram (@[revestres](https://instagram.com/revestres)); e Twitter ([twitter.com/@derevestres](https://twitter.com/derevestres)).

<sup>7</sup> O site da revista tem o seguinte endereço: [www.revistarevestres.com.br](http://www.revistarevestres.com.br).

a cultura discutida em cada reunião de pauta realizada pelos integrantes. “Assim, são definidas tentativas de superar uma visão particular sobre o que é cultura e transbordar esse limite ao trabalhar com outras manifestações que não fazem parte de vivências e gostos culturais de cada um” (GUEDES, 2014, p. 64).

A revista surgiu motivada por uma carência existente no Jornalismo Cultural do Piauí. A partir dessa motivação, ela foi idealizada pelos fundadores como um impresso especializado em cultura do Estado, em especial. Em vista disso, eles escolheram para nomear a publicação uma palavra tipicamente piauiense, a partir de uma inspiração na Grande Enciclopédia Internacional de Piauiês, de Paulo José Cunha: “de revestrés”, que significa ao avesso, contrário (GUEDES, 2014). É importante frisarmos que a história do jornalismo piauiense dá conta de que uma revista com este nome já foi publicada por volta de 1949, com pouca durabilidade como foi apontado no capítulo anterior, quando colocamos o inventário das revistas piauienses veiculadas nos séculos XIX e XX. Contudo, não há registros de que o nome do periódico objeto deste estudo tenha sido guiado por essa publicação, e sim, que foi prontamente um achado dos idealizadores no livro de Paulo José Cunha sobre os dialetos piauienses. Da expressão “de revestrés” acabou ficando só *Revestrés*.

Diante disso, *Revestrés* apareceu com a proposta de “abraçar o jornalismo cultural número a número, através de entrevistas longas, ensaios de fotografia, diagramação e reportagens com linguagem diferenciada” (GUEDES, 2014, p. 63). Sob essa motivação, a revista se concentra principalmente no gênero interpretativo, classificado pelo jornalismo com reportagens longas e aprofundadas, ocupando diversas páginas, além de entrevistas, ensaios fotográficos, artigos de opinião escritos por professores, produtores culturais, jornalistas; mas também publica produtos do gênero literário, como poesias, crônicas e textos de ficção. A variedade do conteúdo e a diagramação criativa e sedutora também caracterizam *Revestrés*. Costumeiramente, são usadas ilustrações e muitas fotografias, que chegam a tomar páginas inteiras, o que ajuda a dinamizar a edição, com cores em equilíbrio, boxes, caixas de texto, olhos<sup>8</sup>, charges e longos textos mediados por retrancas<sup>9</sup> chamativas. Para Guedes (2014), esses aspectos demonstram que a revista tem qualidade estética e que ela pode ser considerada referência no segmento de Jornalismo Cultural do Piauí.

Os textos longos são apontados pela equipe como fatores que ajudam a perdurar e chamar a atenção do leitor por mais tempo. Acreditam que uma matéria factual não provoca a mesma reflexão de uma matéria longa, por isso, se referem a uma busca de

<sup>8</sup> Recurso usado no jornalismo impresso para destacar pequeno texto em meio a uma página de escritos.

<sup>9</sup> O mesmo que intertítulo ou entretítulo.

maiores informações dentro do texto, que servirão como uma melhor referência para o leitor. Samária Andrade aponta que aliado ao texto longo estão a diagramação e uma estrutura de texto independente. O uso do lead é dito por ela como um fator a ser evitado e desconstruído na formação dos textos na *Revestrés*, apontando que esse é um possível diferencial da revista (GUEDES, 2014, p. 65. *Grifo nosso*).

O fato de a revista ter periodicidade bimestral possibilita que o material produzido seja mais aprofundado, se aproximando da forma que as bases teóricas que versam sobre o Jornalismo Cultural impõem (GUEDES, 2014). O jornalismo tradicional e diário é ditado pela pressão do tempo, com prazos curtos para a discussão das pautas, contato com as fontes, marcação das entrevistas, apuração, busca e checagem de documentos, produção escrita e edição dos textos a cada publicação, o que pode acabar comprometendo a qualidade do conteúdo veiculado a cada edição. E o conteúdo, sendo de qualidade ou não, pode se perpetuar para além da data de publicação, porque o jornalismo tem um papel importante na constituição das memórias e da história sobre os acontecimentos e sobre as culturas. Vale observar que, no caso do jornalismo de revista, essa função pode ser verificada com mais ênfase, já que esse é um lugar onde o leitor pode encontrar o diferencial em relação ao ofício cotidiano, pois tem como característica a investigação e o tempo como aliado.

Quanto ao público leitor de *Revestrés*, Guedes (2014) ressalta que é formado por pessoas de meia idade que preservam o gosto pela leitura e com poder aquisitivo, pessoas que se envolvem e valorizam a cultura de alguma forma. Os leitores da revista adquirem o impresso por meio de assinaturas ou de compras avulsas em bancas ou pelo site e e-mail. “Estimativas sobre a representatividade dos assinantes apontam a um consumo de quase 20% da tiragem, já que os assinantes são em torno de trezentos e cinquenta a quatrocentos, e a tiragem é de dois mil exemplares” (GUEDES, 2014, p. 66). Já os leitores que consomem o conteúdo desse periódico por meio de compras avulsas “são vistos por alguns na *Revestrés* como potenciais disseminadores de outros leitores. Isso se justifica pela distribuição exigida em vários bairros da cidade [de Teresina]” (GUEDES, 2014, p. 66. *Grifo nosso*).

A abrangência da revista é dita por seus funcionários como maior que o estado, o que para eles dificulta a descrição de um perfil. Outro motivo é que não realizaram nenhuma pesquisa que identifique exatamente esse público, mas segundo os membros da revista, tentam perceber esse fator atentamente. Contudo nos eventos em que a revista comparece, acabam percebendo uma aceitação grande entre estudantes de jornalismo, definindo algumas características de um público jovem e universitário, mas não descartam alguns segmentos que fogem da visualização deles, como por exemplo, o porteiro do prédio onde André Gonçalves e Samária Andrade vivem (GUEDES, 2014, p. 67).

Conforme estudo realizado pela autora desta dissertação em parceria com a pesquisadora Thamyres Sousa Oliveira, em 2014, com o intuito de identificar o perfil do público consumidor/leitor de *Revestrés*, os leitores da revista podem ser caracterizados como sendo de um grupo mais “[...] intelectualizado e elitizado, sendo o impresso voltado para parte da população que detém conhecimento e uma razoável à boa condição financeira, uma vez que a maioria dos produtos divulgados possui alto valor aquisitivo, o que se constitui como um elemento de diferenciação” (FERREIRA; OLIVEIRA, 2014, p. 7). Quanto ao gênero, a pesquisa citada detectou que se trata de um público misto, ou seja, tanto mulheres quanto homens consomem a produção veiculada por este impresso e, geralmente, fazem parte das classes média e alta.

Segundo Ferreira e Oliveira (2014), quanto à faixa etária, boa parte dos leitores da revista é formada por jovens com idade a partir de 21 anos. Em sua maioria, são pessoas com formação universitária, profissionais que se interessam por leitura, tecnologia e modernidade. “O público-alvo de tal impresso é a elite intelectual e financeira teresinense. São pessoas que preservam o hábito de ler, que conservam costumes e práticas tradicionais, mas que também estão preocupadas com a atualização, com o que há de novo no mundo tecnológico” (FERREIRA; OLIVEIRA, 2014, p. 12). No entanto, isso não quer dizer que os consumidores da revista se limitam a essas características, mas que eles podem ser identificados, de modo geral, a partir do que foi considerado na pesquisa realizada com base na interpretação dos anúncios publicitários. As autoras apontam também que *Revestrés* tem potencial para se expandir ainda mais pelo estado do Piauí e também pelo Brasil.

Por ser uma revista de jornalismo cultural, *Revestrés* atrai leitores que se interessam em pensar a cultura local, em discutir aquilo que a sociedade vivencia nos tempos atuais. Portanto, o seu papel na formação da memória coletiva é relevante por causa desse registro que o impresso está deixando enquanto lugar de recorrência ao passado. São rastros, vestígios, indícios de um enquadramento midiático sobre a cultura piauiense, que acabam por intervir no que será consumido pelo cidadão, assim como naquilo que será fortalecido como valor identitário desse povo. Consequentemente, interfere no que ficará registrado como resquícios e marcas para a memória coletiva (FERREIRA; OLIVEIRA, 2014, p. 13).

De acordo com folder explicativo Revista *Revestrés* (2013, p. 2), a cultura veiculada nas páginas de *Revestrés* abrange “manifestações culturais populares, artes plásticas, teatro, música, cinema, fotografia, arquitetura, dança, literatura, enfim, tudo que possa ser reconhecido como ‘atividade cultural’”. Embora artistas e intelectuais piauienses tenham presença mais constante, a revista abre espaço em suas páginas para o pensamento de artistas e intelectuais de todo o Brasil, que conseguem ter em *Revestrés* um veículo para divulgação de seus textos, artigos,

além de poderem participar de entrevistas. Em outra pesquisa realizada em 2014, acerca da visibilidade das temáticas relacionadas às manifestações culturais mais veiculadas durante o primeiro ano de publicação da referida revista, identificamos que o material vai desde literatura, história, música, humor, gastronomia, arquitetura, cinema, artes plásticas, dança, teatro aos costumes típicos dos piauienses, cultura popular, esporte, curiosidades e comportamento (FERREIRA; SILVA, 2014).

O conteúdo veiculado é dividido em seções, entre as quais se destacam a *Entrevista* e a *Reportagem*, que se sobressaem por ganharem maior visibilidade com frequente ocupação das capas, maior número de páginas e fotos no impresso em relação às demais. Outras seções são denominadas como *Crônicas*, *Um outro olhar*, *Lendas Piauienses Revisitadas* e *Ficção*, espaços destinados às publicações do gênero literário. A *Piauiês* é uma seção de humor ilustrada com charge a partir de expressões comuns no dialeto piauiense, desenvolvida com base na Grande Enciclopédia Internacional de Piauiês, de Paulo José Cunha. Semelhantemente, a *Um Lugar no Piauí* é espaço de uma lauda destinado à publicação de fotografia de um cenário de beleza piauiense; enquanto a *Ensaio Fotográfico* inclui em média 10 páginas com fotografias diversas sobre um tema a cada edição, por vezes, de fotógrafos convidados.

Além dessas, a revista apresenta seções de *Opinião*, onde são postos artigos do gênero opinativo, além de *RevesMúsica*, *RevesGastronomia*, *RevesComportamento*, seções que variam a cada edição de acordo com a pauta proposta para matérias, que têm temas variados. O editorial vem sempre nas primeiras páginas do impresso, com discussões que tratam basicamente sobre a temática abordada na capa da edição. A revista também tem como seções *Destaque*, que apresenta um personagem por outro, ou seja, um colaborador é convidado a escrever um pequeno texto sobre uma personalidade da cultura, em geral, piauiense; e *RevesBrasil*, outra seção de entrevista ping-pong da revista em análise, porém com menor destaque, reduzido número de páginas e com pautas que vão além do território piauiense. *MisturÊba* é outra seção que mistura pequenos textos sobre temas variados em algumas edições, como notas, informes, mas também trabalha com pauta única em outras.

A cada edição a seção *Destaque* traz o perfil de um personagem da cultura piauiense, mas o texto é escrito por outra pessoa ligada à personalidade, que não um profissional da equipe de *Revestrés*. Já as seções de dicas curtas sobre filmes, livros, música, entre outros temas são denominadas *Reves Dicas*, *As 10 Dicas* e *Ademã – Colunismo Cultural*. São espaços que apresentam notas com curiosidades ou informações sobre lançamentos de livros, estreias de filmes, além de assuntos variados relacionados às artes e à cultura de maneira geral. Segundo Ferreira e Silva (2014), nas seções com dicas prevalece a apresentação de filmes, livros,

exposições de modo sucinto e pouco explorado a partir da percepção e indicação da própria publicação ou de alguma personalidade, como no caso da *As 10 Dicas* apresentada a partir do ponto de vista de um convidado, geralmente são pessoas que têm ligação com as produções culturais, seja músico, teatrólogo, fotógrafo ou humorista, ou pesquisadores, professores e jornalistas. Já no caso da *Ademã*, trata-se de uma seção que homenageia “o maior colunista cultural do Brasil”, Ibraim Sued, que encerrava suas colunas com “*a demain, de leve!*”.

A cada edição, *Revestrés* homenageia personagens de destaque na cultura piauiense, como o poeta piauiense Torquato Neto, a pioneira Genu Morais, Helly Batista, O. G. Rego de Carvalho, o artesão Mestre Dezinho, Fontes Ibiapina, o fotógrafo Guilherme Muller, Elvira Raulino, Liz Medeiros, Clodo, Climério e Clésio, Edição Carlos Castello Branco, a bailarina Lenir Argento, Fernando Costa, Possidônio Queiroz, Adalgisa Paiva, o cartunista Arnaldo Albuquerque, Raimundo Soldado, Renato Castelo Branco, maestro Luiz Santos, cantora e compositora Maria da Inglaterra. Essas pessoas dão nome à publicação do bimestre na capa e dentro do impresso, em cerca de quatro páginas, apresenta fotografias e pequenos textos na seção denominada *Homenageado da Edição*. Essa seção está presente na revista desde a primeira edição e permanece até a mais atual.

Abordamos, dessa maneira, a história da *Revestrés*, apresentando as contribuições que levaram ao seu surgimento, apontando com que proposta a revista foi lançada e quem a está produzindo. Partimos, neste momento, para a apresentação e discussão do referencial teórico e metodológico, esclarecendo e justificando as etapas realizadas nesta pesquisa até chegarmos nas análises, onde pretendemos conhecer o papel da revista citada na construção das memórias sobre a cultura piauiense, bem como a produção de identidades culturais locais a partir dessa revista.

#### **4.2 Pressupostos teórico-metodológicos**

Entendemos por metodologia o processo de instrumentalização que envolve procedimentos, ferramentas, caminhos para se chegar a respostas acerca de questionamentos levantados sobre a realidade em que vivemos e alcançar os objetivos propostos. Tal processo implica a utilização de métodos e técnicas de pesquisa que sistematizam e impõem racionalidade ao trabalho. Sendo assim, abordamos neste estudo o método dialético segundo Maria Marly de Oliveira (2011), o que implica uma visão holística do objeto em análise, já que há interação e conexão com outros fenômenos sociais. Para a autora citada, “o método dialético requer o estudo da realidade em seu movimento, analisando as partes em constante relação com

a totalidade” (OLIVEIRA, 2011, p. 23-24), interpretando os elementos que apresentam categorias de análise.

A escolha dos procedimentos de pesquisa para descrição e explicação dos fenômenos implica o tipo de abordagem. Logo, o presente estudo requer uma abordagem quantitativa e também qualitativa, considerando a natureza dos problemas levantados, assim como o objeto que desejamos conhecer. A pesquisa quantitativa emprega “a descrição matemática como linguagem, ou seja, a linguagem matemática é utilizada para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis etc. O papel da estatística é estabelecer a relação entre o modelo teórico proposto e os dados observados da realidade” (TEIXEIRA, 2014, p. 136).

Já a abordagem qualitativa é caracterizada por Elizabeth Teixeira (2014) como sendo o estudo onde o pesquisador busca a compreensão do contexto e, para tanto, observa, descreve e interpreta os fatos, enfatizando o processo, mas com hipóteses menos estruturadas e mais flexíveis. A proposta é “reduzir a distância entre a teoria e os dados, entre o contexto e a ação, usando a lógica da análise fenomenológica, isto é, da compreensão dos fenômenos pela sua descrição e interpretação” (TEIXEIRA, 2014, p. 137). Portanto, a pesquisa qualitativa é adequada quando se busca entender percepções, significados, processo, trajetória, percurso, conhecimentos e práticas. É por isso que recorreremos a esse tipo de pesquisa, empregando métodos e técnicas que buscam a compreensão acerca dos problemas sobre os quais nos debruçamos neste trabalho.

Levando em consideração os objetivos, realizamos inicialmente estudos exploratórios socializados por meio de artigos científicos, cujos temas escolhidos foram operacionalizados como o primeiro passo para nos aproximarmos do nosso objeto, a revista *Revestrés*, e analisá-lo sob diversas perspectivas em pesquisas iniciais. Essa etapa da pesquisa exploratória “requer estudo posterior e, normalmente, esse tipo de estudo tem um planejamento mais flexível, que envolve levantamento bibliográfico, análise dos documentos, observação dos fenômenos e estudos de casos” (OLIVEIRA, 2011, p. 54). Realizamos, ainda, estudos de forma mais abrangente e planejada, portanto, esta pesquisa é descritiva e explicativa, pois apresenta características e estabelece relações de modo aprofundado em relação à proposta, explicando fenômenos a partir de análises sobre o “papel das variáveis que, de certa forma, influenciam ou causam o aparecimento dos fenômenos” (OLIVEIRA, 2011, p. 55).

Com relação à natureza das fontes utilizadas nesta dissertação para trabalhar nosso objeto, a revista *Revestrés*, a pesquisa se caracteriza como sendo dos tipos bibliográfica e documental, com base na proposta de Antônio Joaquim Severino (2007). O primeiro tipo embasou a construção dos primeiros capítulos, de cunho teórico, onde empreendemos

discussões baseadas em proposições de outros autores registradas em livros, dissertações, artigos, com vistas a fortalecer a temática proposta, dando suporte para as análises realizadas. Essa é a base para a realização de qualquer estudo no âmbito investigativo e que, portanto, acompanha o pesquisador em todo o processo de inquirição; é o embasamento que dá sustentação às análises.

Dessa maneira, a realização dessa etapa foi fundamental para a construção do referencial teórico, levantando e discutindo muito do que já existe sobre o tema proposto, evitando, com isso, desperdiçarmos esforços para solucionar problemas que já tenham sido respondidos por outros pesquisadores. Trabalhamos princípios teóricos e conceitos que fundamentaram nossa pesquisa até chegarmos na pesquisa documental, que se trata “não só de documentos impressos, mas sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos dos textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico” (SEVERINO, 2007, p. 122-123). Trabalhamos, então, com os textos publicados na revista citada como sendo a matéria-prima para a nossa investigação e análise.

Portanto, o trabalho estrutura-se em três etapas gerais: pesquisa exploratória, pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Dividimos a análise documental em duas partes: primeiro, realizamos a análise de conteúdo quantitativa para traçarmos o perfil da revista *Revestrés* a partir da identificação da visibilidade das manifestações culturais por meio do mapeamento dos conteúdos veiculados referentes à cultura; em seguida, analisamos as estratégias e táticas empregadas pela revista nos 22 exemplares publicados entre 2012 e 2015, com vistas à proposição de Michel de Certeau (2014), investigando o papel do impresso citado na construção das memórias e no fortalecimento das identidades piauienses.

Como método e técnica de coleta e análise de dados na primeira parte da pesquisa documental, trabalhamos com a análise de conteúdo, empregando-a de modo sistemático e objetivo para descrever o perfil da revista, perceber as temáticas que mais receberam visibilidade nas edições avaliadas e obter indicadores de descrição do seu conteúdo. De acordo com Laurence Bardin (1977, p. 38), “a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de conteúdo de mensagens”. Inicialmente, identificamos o perfil da revista *Revestrés*, elencando os principais temas, assim como a incidência e prevalência dos assuntos abordados ao longo dos quatro anos de existência desse impresso. Fizemos um mapeamento utilizando como tipo de regra de enumeração a frequência, pois segundo Bardin (1977, p. 109), “a importância de uma unidade de registro aumenta com a frequência de aparição”. Desse modo, verificamos as

temáticas abordadas nas publicações em análise, depois, contamos a frequência de cada temática para, então, verificarmos a importância que cada uma recebeu.

Na segunda etapa da pesquisa documental, instrumentalizamos as análises qualitativas na proposição teórica de Michel de Certeau (2014) a respeito das “artes de fazer” empreendidas nas práticas cotidianas. Tomamos como eixo as estratégias e táticas cotidianas empregadas na revista e sob a perspectiva de Certeau (2014) procuramos entender o processo para conhecer que rastros podem estar sendo deixados para as memórias a respeito da cultura piauiense e como isso tem contribuído para fortalecer as identidades. Além disso, propomos-nos a estimular o debate e pensar em práticas cotidianas, criações e artes de fazer no Jornalismo Cultural, especificamente no Piauí com o caso da *Revestrés*, ressaltando o lugar do jornalismo como suporte da memória.

A proposição teórica que Certeau (2014) faz chama a atenção pela valorização que ele dedica às invenções, despertando para aquilo que poderia passar despercebido. Práticas inventivas empreendidas em ocasiões e reapropriações de espaços e de lugares demonstram que as pessoas podem abrir seus próprios caminhos para viver de modo melhor, indicando maneiras de fazer diferentes e criadoras. Certeau (2014) nos ensina a valorizar as práticas cotidianas enquanto invenções criativas, como “artes de fazer” que ajudam a construir a realidade, fugindo, muitas vezes, das organizações e sistematizações impostas para mobilizar e criar novos modos de apropriação. São maneiras de pensar tais práticas dos tipos estratégico e tático. Sendo assim, o referente autor apresenta uma abordagem teórica que se encaixa na proposta deste trabalho. Nesse caso, avaliaremos as práticas cotidianas da revista, a partir do que é posto nas edições analisadas, seja como estratégias, seja como táticas.

Assim sendo, as estratégias se referem a um “cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que o sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado” (CERTEAU, 2014, p. 93). Portanto, as estratégias se referem às regras, à ordem, ao lugar onde se pode gerir, produzir e impor. “A estratégia postula o *lugar* suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com *uma exterioridade* de alvos ou ameaças (os clientes ou os concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos da pesquisa etc)” (CERTEAU, 2014, p. 93. *Grifos do autor*). Elas são da ordem da imposição e, para isso, mapeiam o espaço de produção.

Já às táticas, o autor se refere como sendo as formas como as pessoas se apropriam da realidade para burlar a ordem estabelecida. São, então, consideradas a “arte do fraco” (CERTEAU, 2014, p. 95), surgem em meio aos padrões sistematizados e impostos no cotidiano

como ações desviacionistas, mas pontuais, pois se tratam de exceções às regras a partir de negociações estabelecidas perante as estratégias. “As táticas são procedimentos que valem pela pertinência que dão ao tempo – às circunstâncias que o instante preciso de uma intervenção transforma em situação favorável” (CERTEAU, 2014, p. 96), atitudes que podem ser capazes de mudar a realidade, de transformar a situação adversa e a organização imposta em favorável. Logo, as táticas são comandadas pela ausência de poder<sup>10</sup> e geram maneiras de fazer diferentes e inventivas de fazer no dia-a-dia.

A ação calculada que é determinante pela ausência de um próprio. Então, nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios para se manter em si mesma, à distância, numa posição recuada, de previsão e de convocação própria (CERTEAU, 2014, p. 94).

Trazer Certeau (2014) significa considerar seu modo de interpretação, a partir das estratégias e táticas do cotidiano, entendendo o que elas representam. “Sem lugar próprio, sem visão globalizante, cega e perspicaz como se fica no corpo a corpo sem distância, comandada pelos acasos do tempo, a tática é determinada pela ausência de poder, assim como a estratégia é organizada pelo postulado de poder” (CERTEAU, 2014, p. 95). Portanto, “as estratégias apontam para a resistência que o *estabelecimento de um lugar* oferece ao gasto do tempo; as táticas apontam para uma hábil *utilização do tempo*, das ocasiões que apresenta e também dos jogos que introduz nas fundações de poder” (CERTEAU, 2014, p. 96. *Grifos do autor*).

Para Marília Claret Geraes Duran (2012), há, em Certeau, uma inversão de perspectiva nos estudos do cotidiano, pois, enquanto muitos se valem de uma visão sobre certa “passividade” dos consumidores, esse pensador desloca a atenção para a criatividade, para as maneiras como eles constroem a realidade, “tornando visíveis as resistências do homem comum, resistências que fundam micro liberdades e deslocam as fronteiras de dominação” (DURAN, 2012, p. 44). A mesma autora destaca outros dois panoramas que, por certo, merecem ser ressaltados nas premissas valorizadas pelo olhar de Michel de Certeau: “o seu compromisso em narrar ‘práticas comuns’, as artes de fazer dos praticantes, as operações astuciosas e clandestinas, que se evidenciam na sua capacidade de se maravilhar e confiar na inteligência e

---

<sup>10</sup> A concepção de Certeau (2014) sobre poder se trata de uma contraposição ao pensamento de Michel Foucault (1979), para quem o poder é uma condição e existe em níveis variados, podendo ser exercido pelo Estado ou fora dele, mas tudo gira em torno do poder ou das relações de poder, portanto, para Foucault não existe ausência de poder como propõe Certeau.

na inventividade do mais fraco” centrada em uma “convicção ética e política que é também alimentada pela sensibilidade estética” (DURAN, 2012, p. 44); e, ainda:

Seu rigor conceitual e a crítica exigente que têm como fontes uma reflexão sobre a história, sua formação filosófica e o interesse pela epistemologia. Rigor e reflexão que o levam a dedicar sua obra ao “homem ordinário”, ao “herói comum”, herói anônimo que é o “murmúrio das sociedades”. Referindo a linguagem, “na linguagem ordinária”, apreendendo-a como conjunto de práticas, ele muda o lugar da análise, definido agora por uma universalidade que é identicamente uma obediência ao uso ordinário (DURAN, 2012, p. 44).

Com isso, percebemos que Certeau (2014) se concentra em estudar as artes que os praticantes adotam no cotidiano, às vezes, até de modo subterrâneo, não “autorizado” e nisso se demonstra a capacidade de criar, de inventar e que é esta a grande contribuição do autor. Conforme Duran (2012), essa perspectiva de Michel de Certeau se justifica pelo seu lugar de fala, pela sua formação e pelos seus interesses. Ele muda o ponto de investigação, de análise, para perceber a dinâmica das práticas comuns de um ponto de vista criativo das astúcias, que caminha lado a lado com os conceitos de estratégias e táticas. “Certeau nos convida a mudar o foco, a inverter o modo de interpretar as práticas culturais contemporâneas” (DURAN, 2012, p. 47).

Diante disso, tentaremos estabelecer relações no arrolamento entre estratégias e táticas na perspectiva de Certeau, com as ponderações a respeito das memórias e identidades culturais, tomando por base o material veiculado em *Revestrés*, durante o período estabelecido para a amostra. Nessa perspectiva, a contribuição de Michel de Certeau (2014) é fundamental para o entendimento do papel da revista estudada na construção das memórias e das identidades sobre a cultura piauiense. Será preciso analisar como a *Revestrés* se inscreve no contexto de construção das memórias e quais as temáticas que a revista mais trabalha, ou seja, que manifestações da cultura ela mais valoriza, apontando os aspectos mais valorizados e que, portanto, têm maior possibilidade de se fixar nas memórias e de se conservar nas identidades culturais do Piauí.

A análise está centrada, portanto, na frequência em que a revista adota determinadas estratégias e táticas, verificando a composição, ou seja, como ela se apresenta como estratégia e como se apresenta como tática. Inicialmente, identificamos quais as temáticas mais valorizadas ao longo desses quatro anos de publicações, detectando a presença, a constância, assim como os espaços concedidos a elas para verificarmos o que pode ser considerado estratégia e o que pode ser considerado tática. Em seguida, verificamos a composição da revista *Revestrés*, ou seja, o modo como ela se apresenta como estratégia e como ela adota

determinadas táticas. Estas podem ser identificadas como aquilo que vai destoar do plano maior da revista, porque a tática não pode ser totalizadora.

As estratégias são entendidas, portanto, como a linha principal do periódico, as formas como os temas são trabalhados, o poder estratégico dos que controlam o lugar ou o processo de produção cultural. Referem-se, ainda, àquilo que *Revestrés* leva ao leitor como uma reapropriação dos produtos culturais, a maneira como ela fixa o plano estratégico de publicação, o que quer passar para o público, as imposições, seja por meio da linguagem, dos recursos visuais, da organização das editorias, da disposição das pautas ou do conteúdo em si. Enquanto isso, as táticas dizem respeito ao que a revista usa para alcançar as estratégias. As astúcias são os modos de fuga do eixo principal na reapropriação dos produtos culturais, as formas que faz para burlar a ordem estabelecida.

De tal maneira, a linguagem também será considerada, ou seja, analisaremos como a revista produz o material publicado, que aspectos textuais podem ser indicadores de valorização das identidades piauienses como forma de cativar o público e levar a uma aceitação daquilo que está sendo colocado, uma vez que as questões relacionadas às identidades são negociadas, então tais negociações poderão ser as táticas dentro deste trabalho. Investigaremos como a publicação trabalha a cultura, assim como os aspectos identitários e também como se dá a construção da memória, que indícios podem ser observados, do ponto de vista estratégico e tático, para entender o papel desse impresso de publicação especializada em Jornalismo Cultural.

Identificaremos como táticas aquilo que rompe o lugar da revista ou o que ela vem desenvolvendo como linha maior no plano estratégico. Quando se fala em memória, se fala também em esquecimento. Ao passo que *Revestrés* escolhe um assunto para tratar, ela relega ao esquecimento outro. Nesse caso, as táticas poderiam pressupor as articulações entre esquecimento e memória. Analisamos que táticas podem estar sendo usadas entre as articulações para burlar a ordem e fazer com que aspectos da cultura piauiense sejam fixados nas memórias e, conseqüentemente, nas identidades, e não relegar ao esquecimento.

Assim, nos pautamos nas discussões empreendidas a respeito do lugar do jornalismo na construção das memórias e na sua contribuição para o fortalecimento das identidades, bem como sobre o Jornalismo Cultural, para chegarmos às análises sobre o papel da revista *Revestrés*, especificamente, nesse contexto de construção mnemônica e identitária sobre a cultura piauiense, tentando identificar as temáticas trabalhadas, assim como a frequência das manifestações culturais que aparecem na revista para entender como a publicação trabalha a cultura e quais rastros deixa para as memórias coletiva e histórica, e, ainda, avaliar quais os

aspectos identitários e mnemônicos da cultura piauiense estão sendo constituídos e valorizados na revista editada no Piauí.

### 4.3 Composição da amostra

Para definição da amostra analisada, conforme os objetivos propostos neste trabalho, optamos por investigar todas as edições da revista *Revestrés*, considerando desde a sua primeira publicação, veiculada em fevereiro de 2012, até a última de 2015. A avaliação se deu sobre toda a revista, considerando as diferentes sessões que abrigam as matérias, reportagens, entrevistas sessões de fotos, crônicas, colunas e artigos de opinião, que compõem o Jornalismo Cultural do objeto investigado. Como o objetivo central dessa pesquisa é ponderar sobre o Jornalismo Cultural como um lugar de memória e que contribui para a constituição das identidades, ressaltamos que não consideramos os informes publicitários, mas nos concentramos no conteúdo jornalístico para entender aquilo a que nos propomos.

Sendo assim, o corpus da pesquisa é composto por 22 exemplares, nomeados cada um segundo o homenageado da edição, como demonstra o quadro a seguir. A quantidade de exemplares escolhido para compor essa amostra de pesquisa se deu com o intuito de conseguir o maior número de informações para chegar a considerações expressivas sobre o material avaliado e, então, não correr o risco de fazermos generalizações precipitadas baseadas em uma pequena quantidade de exemplares. Portanto, consideramos relevante analisar todas as edições veiculadas entre os anos de 2012 e 2015 com a proposta de oferecer um universo mais amplo para a pesquisa. Vale destacar que em 2015 *Revestrés* só publicou até penúltimo bimestre do ano, setembro/outubro; no último bimestre, novembro/dezembro, não houve veiculação por conta do atraso na publicação do exemplar anterior. Delineamos de maneira sistemática e organizada o número, a data e o nome de cada exemplar avaliado neste trabalho logo abaixo.

Tabela 1 - Amostra selecionada

<i>Revestrés</i>	Número 1	Fevereiro 2012	Edição Maria da Inglaterra
<i>Revestrés</i>	Número 2	Maio/Junho 2012	Edição Helly Batista
<i>Revestrés</i>	Número 3	Julho/Agosto 2012	Edição O. G. Rego de Carvalho
<i>Revestrés</i>	Número 4	Setembro/Outubro 2012	Edição Mestre Dezinho
<i>Revestrés</i>	Número 5	Novembro/Dezembro 2012	Edição Torquato Neto
<i>Revestrés</i>	Número 6	Janeiro/Fevereiro 2013	Edição Fontes Ibiapina

<i>Revestrés</i>	Número 7	Março/Abril 2013	Edição Guilherme Muller
<i>Revestrés</i>	Número 8	Junho 2013	Edição Elvira Raulino
<i>Revestrés</i>	Número 9	Julho/Agosto 2013	Edição Liz Medeiros
<i>Revestrés</i>	Número 10	Setembro/Outubro 2013	Edição Clodo, Climério e Clésio
<i>Revestrés</i>	Número 11	Novembro/Dezembro 2013	Edição Carlos Castello Branco
<i>Revestrés</i>	Número 12	Janeiro/Fevereiro 2014	Edição Lenir Argento
<i>Revestrés</i>	Número 13	Março/Abril 2014	Edição Fernando Costa
<i>Revestrés</i>	Número 14	Maió/Junho 2014	Edição Mário Faustino
<i>Revestrés</i>	Número 15	Julho/Agosto 2014	Edição Possidônio Queiroz
<i>Revestrés</i>	Número 16	Setembro/Outubro 2014	Edição Da Costa e Silva
<i>Revestrés</i>	Número 17	Novembro/Dezembro 2014	Edição Adalgisa Paiva
<i>Revestrés</i>	Número 18	Janeiro/Fevereiro 2014	Edição Genu Moraes
<i>Revestrés</i>	Número 19	Março/Abril 2015	Edição Arnaldo Albuquerque
<i>Revestrés</i>	Número 20	Maió/Junho 2015	Edição Raimundo Soldado
<i>Revestrés</i>	Número 21	Julho/Agosto 2015	Edição Renato Castelo Branco
<i>Revestrés</i>	Número 22	Setembro/Outubro 2015	Edição Maestro Luiz Santos

Fonte: Elaboração própria

#### 4.4 Visibilidade cultural em *Revestrés*

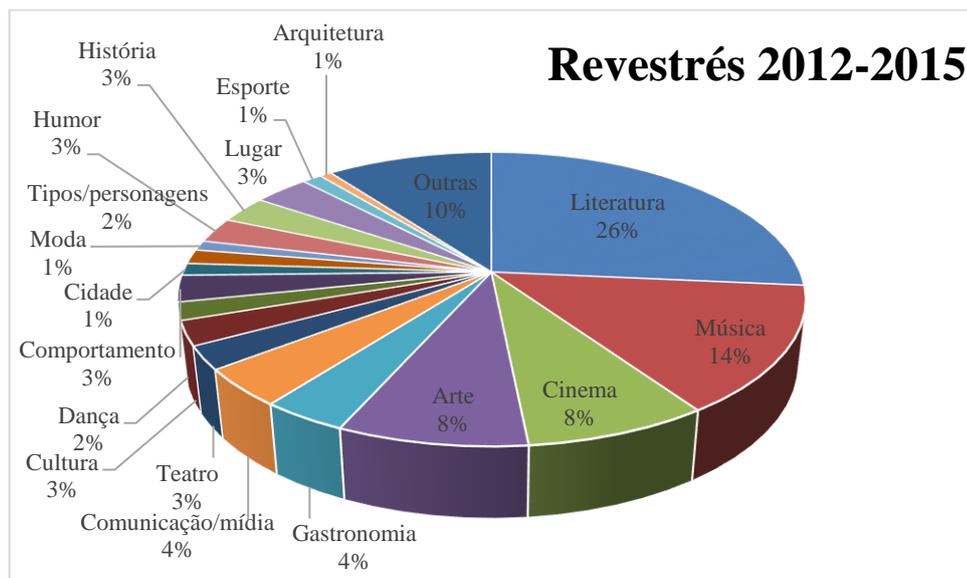
Na busca por traçar o perfil da revista *Revestrés* a partir da visibilidade das manifestações culturais, tomamos a análise de conteúdo como método e técnica para identificar as temáticas mais abordadas ao longo desses anos em que o periódico está no mercado editorial piauiense e ainda a origem geográfica das manifestações para compreender o que foi produzido e veiculado pelo impresso do referido objeto de estudo. Nesta etapa da pesquisa, realizamos um diagnóstico quantitativo de quais manifestações culturais receberam mais visibilidade nos 22 exemplares que compõem a amostra. É importante esclarecer que cada conteúdo veiculado foi considerado na contagem, tanto entrevistas, reportagens e matérias quanto artigos, crônicas e notas, independentemente do tamanho e do espaço que ocupou na edição. Fotografias e ilustrações também foram consideradas como conteúdo quando foram teor principal de seções inteiras. Nesses casos, ponderamos acerca da temática abordada nas fotos e figuras.

Os temas trabalhados nas 22 edições de *Revestrés* se trataram de manifestações artísticas, como literatura, música, pintura, escultura, teatro, passando por manifestações

populares, comportamentais, típicas da cidade (urbanas) e que se propõem a pensar e refletir sobre a cultura de modo geral, sem pretensões reducionistas. Diante disso, consideramos complexo e inadequado tentar enquadrar os temas trabalhados nesse periódico em categorias relacionadas às artes, porque a revista aborda muito mais que a cultura estética, ela vai atrás de curiosidades, fala de costumes, comportamentos típicos dos piauienses, mas sem se fechar nas fronteiras do nosso estado. Por isso, identificamos uma variedade de assuntos que ganharam visibilidade cultural nas páginas do impresso.

Considerando a composição e distribuição editorial desse impresso, contabilizamos 828 textos<sup>11</sup> nos 22 exemplares da amostra. Os temas mais abordados nas edições em análise foram literatura (26%) e música (14%), aparecendo em todas as edições publicadas até 2015. Significa que quase metade do material avaliado, ou seja, 40%, centrou-se nessas duas temáticas. Os assuntos citados aparecem em entrevistas, grandes reportagens, notas e fotografias, ocupando dos espaços menores aos maiores no periódico, inclusive ganhando visibilidade em seis capas, no caso do primeiro tema; e em uma capa, no caso do segundo, além de terem ocupado as principais seções, como *Entrevista* e *Reportagem*. Arte e cinema, juntas, somam 16%, enquanto os outros 44% se dividiram nas pautas de arquitetura, esporte, lugar, história, humor, personagens, moda, cidade, comportamento, dança, cultura, teatro, comunicação ou mídia, gastronomia e temáticas diversas, com pouca recorrência, como curiosidades.

Gráfico 1 – Manifestações culturais em *Revestrés*



Fonte: elaboração própria

<sup>11</sup> A texto, referimo-nos ao material encontrado nas diferentes seções de *Revestrés*, podendo ser editoria somente de imagens fotográficas sobre determinado tema, matéria jornalística, textos de ficção, crônica ou notas.

Aquilo que tratamos como arte diz respeito às artes plásticas, envolvendo pintura, escultura, mas também arte santeira, grafite, manifestações que foram encaixadas nesse termo de representatividade por não encontrarmos conveniência em colocar cada um em uma categoria. Já as outras manifestações artísticas, como música, literatura, cinema foram separadas pela representatividade que receberam nessa revista e, ao mesmo tempo, que têm no Jornalismo Cultural. Portanto, isso não quer dizer que seja, de fato, arte apenas o que se enquadrar na categoria assim denominada. O mesmo ocorre com cultura. Nessa categoria se encaixaram os conteúdos que tratavam do tema de modo geral, como nas duas reportagens “Cadê a cultura que estava aqui?” e “Cadê a cultura que estava aqui? II”, das edições número 7, de março/abril de 2013, edição Guilherme Muller, e número 14, de maio/junho de 2014, edição Navilouca 40 anos, respectivamente.

A grande visibilidade que a literatura recebeu em todas as edições de 2012 se deu em importantes seções (em tamanho e abrangência), como a *Entrevista* e a *Reportagem*, onde a contextualização, interpretação e crítica aparecem de forma veemente. Por outro lado, a literatura pautou também matérias, foi tema de artigos de opinião, assim como da seção *Homenageados da Edição*, chegando aos espaços fixos da *Crônica* e *Lendas Piauienses Revisitadas*. Semelhantemente, verificamos aspectos que caracterizaram o segundo tema mais abordado no primeiro ano da revista: a música. Ele ocupou capa, importantes páginas e seções de visibilidade indiscutível, foi tema de artigos, de ensaio fotográfico e também pautou matérias com curiosidades, artistas locais, música clássica e popular, a exemplo do ritmo brega. Nas duas ocorrências, percebemos materiais com contextualização e crítica, mas ao mesmo tempo matérias com certa limitação nesse quesito.

Não obstante à maior parte do conteúdo se referir à cultura estética, há espaço também para variedades, levantando personagens curiosos ou muito conhecidos na cidade de Teresina, principalmente. Eles se enquadram na categoria outras, assim como matérias sobre assuntos tão diversos que não dizem respeito a nenhuma outra temática colocada, tampouco aparecem com frequência. Conteúdos como a matéria intitulada “Profissão faz tudo”, veiculada na *Revestrés*, número 9, de julho/agosto de 2013, edição Liz Medeiros, é uma demonstração de que a revista é diversa, abarca multiplicidade de expressões. O texto fala de um personagem que mora em Teresina e trabalha como *freelancer*<sup>12</sup> em mais de 15 funcionalidades.

---

<sup>12</sup> Profissional autônomo, que trabalha por conta própria.

O jornalismo praticado pela revista indica variedade de temas trabalhados de modo abrangente e registrados no suporte impresso. Sua atuação diversificada busca envolver diferentes manifestações, fazendo uma cobertura da cultura piauiense, sem limitar-se às artes e à estética. Conseqüentemente, esse registro que o impresso faz e torna conhecido deixa rastros e vestígios de um enquadramento midiático sobre a cultura piauiense, que pode ficar nas memórias coletivas. Por meio dos indícios de *Revestrés*, percebemos um veículo de comunicação preocupado em demonstrar a diversidade de expressões culturais que existem no estado. Essa postura do impresso propõe conseqüências para a identidade piauiense, ao interferir naquilo que, costumeiramente, é estimado no Piauí e intervir nos valores identitários a partir da apreciação e veiculação das formas de cultura.

*Revestrés* ousa em temas novos, como na reportagem “Como será o amanhã?”, do exemplar número 6, de janeiro/fevereiro 2013, edição Fontes Ibiapina, a qual propõe reflexões sobre a maneira como a sociedade se preocupa com o futuro e a forma como busca previsões por meio de cartas, tarôs, búzios, signos, borra de café, profecias. Para tanto, a equipe conversou com psicóloga, filósofo, taróloga, personagem que já procurou pelo serviço de cartomantes e relembrou profecias de fim de mundo. O mesmo ocorreu na reportagem “Nós, os lunáticos”, que marcou a capa número 10, de setembro/outubro 2013, edição Clodo, Climério e Clésio, cuja reportagem expõe, com qualidade jornalística, os mitos, curiosidades e crenças relacionadas à Lua, com entrevistas junto a cientistas.

O periódico também trabalha com gastronomia em uma seção denominada *RevesGastronomia*, presente em 21 das 22 edições que são objetos dessa investigação, ou seja, 95% dos exemplares. Nesse espaço, a revista aborda bebidas e sabores típicos do Piauí, como a cajuína (número 9, julho/agosto 2013, edição Liz Medeiros), o picolé de milho verde ou de pão (número 1, fevereiro 2012, edição Maria da Inglaterra), o pão de queijo do Seu Cornélio (número 4, setembro/outubro 2012, edição Mestre Dezinho) e o bolo frito com café tradicional no mercado público chamado Mafuá (número 7, março/abril 2013, edição Guilherme Muller), restaurantes e bares tradicionais no gosto teresinense, como o São João da carne de sol (número 8, junho 2013, edição Elvira Raulino), o suco do seu Abraão (número 6, janeiro/fevereiro 2013, edição Fontes Ibiapina), o Cantinho do Jambo que tem boa parte das mesas e cadeiras embaixo de uma árvore (número 21, julho/agosto 2015, edição Renato Castelo Branco) e trailers anosos de cachorro-quente (número 19, março/abril 2015, edição Arnaldo Albuquerque).

Além da seção citada, o assunto gastronomia apareceu em notas e dicas em outras seções. Em ambos espaços veio como uma valorização da culinária do Piauí pela própria revista. A ação ajuda no fortalecimento da identidade piauiense, através do enaltecimento de

costumes comumente praticados pelas pessoas que conservam o gosto de comer no mercado público ou em restaurantes de comidas típicas, por exemplo. Retrata lugares famigerados entre os piauienses ou entre os teresinenses, despertando o sentimento de valorização entre os praticantes desses costumes e unindo-os em torno das tradições do paladar que ajunta e enaltece a cultura local.

Outra pauta recorrente entre as 22 edições de análise foi comunicação e mídia, especialmente TV, com mais de 30 aparições, 4% do material coletado. Entrevista com atriz que interpretou piauiense em novela nacional (número 4, setembro/outubro de 2012, edição Mestre Dezinho), notas nas *10 Dicas* e *Reves Dicas* com indicações de programas de TV ou séries, assim como artigos de opinião a respeito de educomunicação (número 7, março/abril de 2013, edição Guilherme Muller) ou convergência midiática (número 16, setembro/outubro 2014, edição Da Costa e Silva) exploram o tema citado. Mas, além dele, também foram temas em *Revestrés* lugar, história, humor, comportamento, teatro. Todas essas temáticas apareceram entre 20 e 30 vezes, o que representa 3% do que foi contabilizado nas publicações dos primeiros quatro anos de *Revestrés*.

No quesito humor, a revista abordou a pauta nas suas páginas de Jornalismo Cultural com irreverência. Em primeira avaliação, o tema esteve em 16 das 22 edições consideradas, cerca de 70% das publicações do periódico, na seção denominada *Piauiês*, inspirada na Grande Enciclopédia Internacional de Piauiês, de Paulo José Cunha, que traz ilustrações bem-humoradas para apresentar um dialeto do Piauí, o que demonstrou valorização da cultura local com apego à identidade e ao regionalismo, de modo sintético e atraente. Em outro momento, a *Revestrés* número 2, maio/junho de 2012, edição Helly Batista, apresentou uma entrevista com o humorista João Cláudio Moreno, intitulada "Tá rindo de quê?". Abrangente e reflexiva, a pauta ganhou a capa e nove páginas da publicação. Em tom crítico, refletiu sobre cultura política, mídia e religião, com análise sobre o Piauí.

A partir de 2013, o periódico passou a explorar personagens em seção específica chamada *RevesTipos*, com matérias de cerca de cinco páginas contando histórias de pessoas que merecem ser conhecidas por fazerem algo curioso ou interessante. Assim como personagens, dança teve basicamente a mesma exposição considerando a quantidade de aparições em textos publicados: 13 e 16, respectivamente, ou 2%. Arquitetura, moda, esporte e cidade também foram trabalhados com uma média de 10 aparições (1%) cada um, em espaços de visibilidade, como em reportagens e também em matérias. Esporte foi pauta recorrente principalmente no ano de 2014, implicação da Copa do Mundo realizada no Brasil.

Ao longo da sua trajetória como um veículo de comunicação, *Revestrés*, em sua diversidade temática, dá espaço para pautas que vão das artes, típicas no trabalho do Jornalismo Cultural, ao comportamento, costumes e valores, demonstrando uma visão e um tratamento antropológico acerca da cultura pelo periódico. Essa postura eleva a cultura da qual trata e colabora com a valorização de características que a distinguem de outras, ora elevando pontos próprios dos costumes e práticas piauienses, ora criticando a falta de outros, como o despertar para a arte, no mesmo sentido que outras cidades e estados já o fazem. As edições pesquisadas demonstram enaltecimento da cultura piauiense, além de preocupação com o que dessa cultura pode ser destacado como diferencial, como marca para este povo.

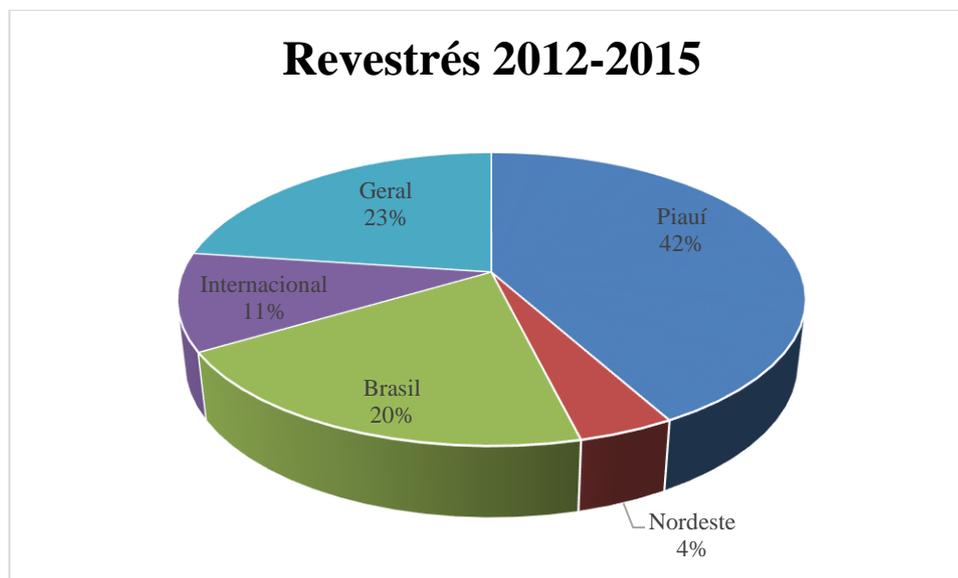
Portanto, a revista de Jornalismo Cultural colabora, enquanto lugar de memória que é, com a permanência de características e aspectos próprios dos piauienses, mas que poderiam ser esquecidos, caso o impresso limitasse a sua abordagem temática. E é a memória quem dá suporte às identidades, tornando-se aquela “mecanismo de retenção de informação, conhecimento, experiência, quer em nível individual, quer social e, por isso mesmo, é eixo de atribuições que articula, categoriza os aspectos multiformes de realidade, dando-lhes lógica e inteligibilidade” (MENESES, 1984, p. 33).

Quanto à origem geográfica do conteúdo, percebemos que o periódico trabalha com pautas genuinamente piauienses, mas também aborda temáticas Brasil afora, contudo, busca nesses enfoques relação com o estado, como na entrevista com Ferreira Gullar, poeta maranhense, crítico de arte que mora no Rio de Janeiro desde 1979. O texto da publicação número 12, de janeiro/fevereiro de 2014, edição Lenir Argento, tratou da cultura brasileira de modo geral, sem especificações para a cultura piauiense. Não obstante, *Revestrés* levantou a relação do escritor com o Piauí e Gullar citou o Poema Sujo, que, segundo ele, relembra a infância no Maranhão e a capital do estado vizinho, o Piauí, época em que suas visitas a Teresina se davam por ocasião das viagens do pai, que era ambulante.

Nas edições analisadas da revista *Revestrés*, 42% do material publicado se referem a temas do estado do Piauí, indicando o principal foco da publicação investigada nessa pesquisa. Ainda assim, temas de outras partes do território nacional e internacional têm espaço: os assuntos de outros estados do Nordeste tiveram menor incidência, chegando a apenas 4% do material; enquanto os de outras regiões do Brasil corresponderam a cerca de 20%, em espaços de grande visibilidade, a exemplo da seção *Entrevista*, e em seções de notas; e as temáticas internacionais aparecem com menor incidência, chegando a 11% de notas sobre filmes, seriados, exposições, mas também matérias sobre cantora de Portugal que mora no Piauí (número 22, setembro/outubro de 2015, edição Maestro Luiz Santos) e sobre Aracatata, na

Colômbia, terra natal de Gabriel García Márquez (número 22, setembro/outubro 2015, edição Maestro Luiz Santos).

Gráfico 2 – Localização geográfica das manifestações culturais em *Revestrés*



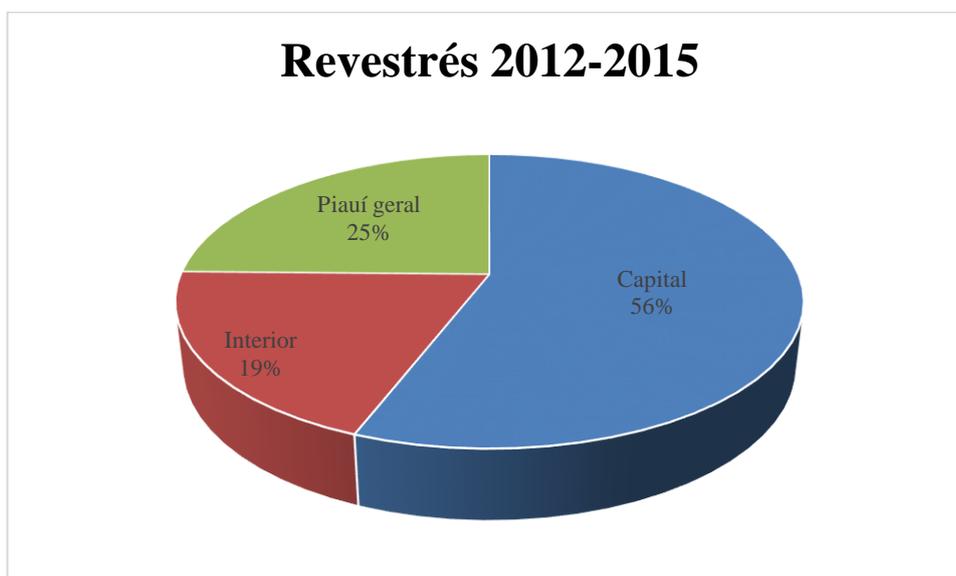
Fonte: elaboração própria

Na categoria geral do gráfico acima se encaixam conteúdos que não fazem referência a uma localização geográfica exata, mas trabalham a cultura de forma abrangente. Isso ocorre em alguns editoriais, crônicas, notas das seções de dicas ou do colunismo cultural, bem como em poucas reportagens, como “A cidade não para”, da *Revestrés* número 21, julho/agosto de 2015, edição Renato Castelo Branco, que aborda os dilemas da vida na cidade, apontando dados divulgados em São Paulo e apresentando depoimentos de pessoas da comunidade, historiadores, arquitetos e urbanistas. Embora o texto jornalístico tome como exemplo a capital do Piauí, Teresina, abre reflexões gerais que se aplicam a muitas outras cidades do Brasil e do mundo, pensando sobre o patrimônio histórico e arquitetônico, a urbanização e as identidades das muitas cidades.

A revista dá destaque à cultura piauiense, mas também contextualiza as pautas com o cenário nacional e, ao mesmo tempo, trabalha temas relacionados à cultura brasileira, relacionando com o Piauí. A *Reportagem* “Cultura e negociação”, da publicação número 22, setembro/outubro de 2015, edição Maestro Luiz Santos, retrata os regulamentos e dificuldades para se conseguir financiamento para a cultura no estado, mas expõe uma retranca sobre o assunto considerando o contexto do país. Por outro lado, a *Entrevista* “Por trás das cortinas” (número 21, julho/agosto de 2015, edição Renato Castelo Branco).

Assim sendo, notamos que a revista é piauiense e se propõe a abrir espaço em suas páginas para o pensamento de artistas e intelectuais de todo o Brasil, contudo, poderia contribuir para que as memórias construídas fossem, de fato, piauienses ao ampliar o repertório jornalístico, pois o conteúdo que *Revestrés* aborda trata, em sua maioria (56%), das manifestações culturais da capital do Piauí. Dos 340 textos sobre o Piauí, apenas 19% se referem a cidades do interior e 25% ao estado de modo geral, sem fazer referência a nenhum município em particular. A limitação na abrangência das pautas é alvo de críticas à revista, pois entendemos que os ganhos e o enriquecimento seriam maiores se ampliasse seu conteúdo para outros municípios periodicamente e não apenas esporadicamente, como tem feito nesses quatro anos de veiculação.

Gráfico 3 – Localização geográfica das manifestações culturais piauienses em *Revestrés*



Fonte: elaboração própria

Da forma que está posta, a publicação pode negligenciar a construção das memórias sobre a cultura piauiense e tomar as manifestações da capital Teresina como sendo as de outros municípios do estado, quando, na verdade, a realidade é notadamente contrastante, com produções artísticas e culturais que variam entre si, apesar de haver um elo entre os costumes e tradições. Ao retratar pouco as outras 223 cidades do Piauí, cada uma com seus inúmeros povoados estabelecidos na zona rural, *Revestrés* indica uma pretensão de valorizar a modernização e urbanização do Piauí do futuro. Com isso, a identidade piauiense pode ser comprometida, porque se produz uma memória manipulada e distante da realidade. No entanto, retomamos Rêgo (2014) para ressaltar que, ao serem revistos, os materiais publicados no

suporte jornalístico ganham novos significados, portanto, é necessário reconhecer que a flexibilidade própria da memória, principalmente, quando recorremos ao jornalismo como lugar de memória ou como fonte de pesquisa.

Ocorreu na *Reportagem* “Dossiê cultura”, número 20, maio/junho de 2015, edição Raimundo Soldado, quando a revista encomendou uma pesquisa de opinião por amostragem para levantar dados sobre o consumo da cultura no Piauí. Trezentos questionários foram aplicados somente na capital, sem considerar ao menos uma cidade do interior. Mesmo assim, o periódico trabalha os resultados de modo generalizado, como se a realidade cultural de Teresina fosse a mesma dos demais municípios. A pesquisa foi dividida por manifestação cultural. Sobre cinema, por exemplo, os dados foram considerados preocupantes para a publicação, considerando o hábito de ir ao cinema e o conhecimento sobre cineastas piauienses. Na maioria das cidades Piauí a dentro nem sala de cinema tem, embora, em algumas haja produção de filmes, como é o caso das que estão situadas na região de Picos, no Centro-Sul do estado.

De tal modo, as informações seriam mais ricas se levassem em consideração o estado como um todo e não se centrassem apenas em Teresina, como faz na maior parte das publicações. É necessário ter a clareza de que a responsabilidade do jornalismo aumenta quando se tem consciência do seu caráter mnemônico. Gerações posteriores poderão ter acesso à revista *Revestrés* e tomar seu material como sendo prioritariamente cultura do Piauí, quando, na verdade, preocupa-se mais em retratar o cenário urbano encontrado na capital e descuida do restante do estado. Outro ponto que precisa ser apreciado diz respeito às identidades, pois o jornalismo contribui para o fortalecimento dos aspectos culturais a partir do valor que concede aos costumes e manifestações, colaborando com crescimento ou até mesmo resgate da autoestima da população.

Da mesma forma, conforme dados apontados nesta pesquisa, percebemos pouca representação de pautas relacionadas às comunidades quilombolas e à cultura indígena do Piauí nos primeiros quatro anos de publicação da revista cultural, o que significa silenciamento das memórias desses grupos sociais. O estado é rico em manifestações diferenciadas, que não deveriam passar despercebidas em um periódico do segmento do jornalismo cultural produzido e veiculado no Piauí. Embora encontremos pautas sobre a cultura negra e o racismo especificamente, como na *Revestrés* número 13, março/abril de 2014, edição Fernando Costa, e sobre religião indígena, como na revista de número 19, março/abril de 2015, edição Arnaldo Albuquerque, temos muitas comunidades quilombolas e indígenas com movimentos e trabalhos artísticos que se destacam no estado e na região Nordeste. Logo, danças, batuques e religiões

de matrizes africanas poderiam ser mais abordadas e com maior visibilidade e importância na distribuição editorial. Caso contrário, estará o jornalismo contribuindo com o esquecimento, como discutimos com Rêgo (2014).

Diante disso, verificamos a necessidade de se conhecer, de modo mais aprofundado, o conteúdo do impresso em análise. Sendo assim, partimos para a segunda parte da pesquisa documental, agora com uma abordagem qualitativa, avaliando cada um dos 22 exemplares escolhidos para compor a amostra. Seguimos, no próximo tópico, com a proposição teórico-metodológica de Michel de Certeau (2014) a respeito das estratégias e táticas empreendidas no cotidiano com vistas a conhecermos, a partir das análises, o papel da revista *Revestrés* na construção das memórias sobre a cultura piauiense, bem como a produção de identidades culturais locais a partir dessa revista.

#### 4.5 Estratégias em *Revestrés*

Um dos traços marcantes de *Revestrés* consiste no visual gráfico do impresso, que se caracteriza como atraente e criativo e que constitui o plano estratégico da revista. Cores, grande quantidade de fotografias e ilustrações diagramadas estrategicamente entre textos, chamadas, olhos e boxes despertam a atenção do leitor como um recurso inicial. Ao longo dos seus quatro anos de existência no mercado editorial piauiense, o periódico mantém um padrão básico no designer gráfico com a proposta de criar uma identidade visual ante o público; quando foge dos moldes criados desde a primeira publicação, é com finalidades astuciosas – percepção que será analisada no tópico abaixo. Contudo, os recursos utilizados estrategicamente para identificar a aparência e dar feição à revista são utilizados como primários para que os objetivos sejam alcançados, quais sejam:

Divulgação da produção cultural da nossa região, e um intercâmbio com os produtores culturais de todo o Brasil. Além disso, a revista pretende estimular o pensamento e o debate relativo às questões que tenham a ver com a Cultura, buscando enfoques diferenciados, divulgando o pensamento acadêmico, o pensamento dos próprios produtores culturais e até mesmo do poder público. Apoiar e estimular o desenvolvimento das artes e da intelectualidade, independente de classes sociais e grupos culturais. Para a *Revestrés*, tudo que a sociedade produz é um produto cultural, e tem espaço nas páginas da revista (REVESTRES, 2013, p. 2. *Grifo nosso*).

A logomarca da revista é fixada de forma criativa, geralmente no canto superior esquerdo da capa, com a palavra *Revestrés* dividida entre “reves” na parte superior com a letra “R” posta ao contrário e “trés” logo abaixo, com as letras de trás para frente. Estrategicamente,

a marca é layoutada de modo a fazer referência ao significado do termo, proporcionando ao leitor uma prévia do que será encontrado nas páginas que constituem o interior do impresso, uma noção de como o conteúdo é tratado, do posicionamento da revista perante a cultura, do inverso que o conselho editorial propõe. Além da forma como a marca é posta, o significado foi escolhido de forma consciente como uma referência à cultura piauiense. Como foi abordado nos tópicos anteriores, o termo faz parte do vocabulário local, inspirado na Grande Enciclopédia de Piauiês, de Paulo José Cunha, e quer dizer ao avesso, ao contrário. Ao longo das edições publicadas, a logomarca assume cores diferentes, mas que ficam, principalmente, entre rosa e amarelo, uma forma de manter o padrão visual e criar uma identidade perante o público consumidor desse impresso.

Figura 1 - Capas de *Revestrés*, n. 2, mai./jun. 2012; n. 6, jan./fev. 2013; n. 12, ano 3, jan./fev. 2014; n. 22, set./out. 2015





Fonte: acervo particular

O slogan “Literatura, arte, cultura e algo mais” se associa à marca da revista como uma forma de ajudar a posicioná-la e destacá-la como impresso segmentado em cultura no estado. Tem-se, assim, um subtítulo informativo e sugestivo, que explicita a proposta da publicação, criando uma intencionalidade no texto para com todo o conteúdo do interior da revista. A expressão “algo mais” que acompanha a “literatura, arte, cultura” dimensionam o entendimento que o impresso tem de Jornalismo Cultural e o alcance de suas abordagens, como foi confirmado na análise de conteúdo que fizemos e delinearíamos no tópico acima. O “algo mais” pode incluir religiões, costumes, comportamentos e práticas que contribuem com a ampliação da abrangência temática, planejamento estratégico que impõe vantagens da revista perante o mercado editorial no qual está inserido.

Nas capas, *Revestrés* traz como chamada principal a seção *Entrevista*, com grande foto do entrevistado do bimestre, ou o tema da *Reportagem*, com foto ou ilustração sobre o assunto abordado. Chamadas secundárias sobre outras abordagens trabalhadas a cada edição são colocadas em sintonia com cores e fontes harmoniosas, sob a finalidade de despertar interesse do leitor pelo conteúdo, através do que primeiro ele vê: o todo, as imagens, as cores. Os recursos visuais são trabalhados cuidadosamente e se estendem por toda a revista, de modo que, até as notas expostas nas seções de dicas, vêm acompanhadas de fotografias – estas chegam a

tomar páginas inteiras em alguns momentos. As seções *Crônicas* e *Lendas Piauienses Revisitadas* também recebem o auxílio de ilustrações, assim como as de matérias, que vêm com muitas fotografias e/ou boxes, que ajudam a distribuir o conteúdo e causar boa sonorização na leitura.

Tomando as estratégias como o lugar de onde se pode gerir, produzir e impor, observamos como se deu a escolha dos profissionais que compõem a equipe, que é formada por publicitário, fotógrafos, professores, escritores, jornalistas, administrador e designer. Dos dez que integram, quatro formam o conselho editorial, responsável por dar o veredito sobre as pautas e abordagens. O fato de não haver mutação do conjunto ao longo desses quatro anos também é visto como estratégia, pois evita que haja também mudança de foco, de direcionamento e que se perca controle do processo, ou seja, isso concede unidade ao conteúdo, integração dos profissionais e faz com que as memórias construídas pela revista sejam uniformes ao longo desses anos. Por conhecerem as pautas que já foram trabalhadas e a maneira como elas foram, abre possibilidade de busca por novos focos e assuntos originais, que ainda não foram abordados. Merece realce também que a escolha proposital de cada membro, conforme sua atuação profissional, gosto e participação em movimentos culturais, capaz de conduzir a uma variedade de percepções, enriquecendo as produções.

A seleção, a disposição e a manutenção das seções também é um recurso estratégico da revista para se posicionar como Jornalismo Cultural de qualidade. *Revestrés* divide seu conteúdo em editorias que compreendem material jornalístico aprofundado, reflexivo e crítico, com variedade de pautas por edição e, ao mesmo tempo, manutenção de outras, como música, gastronomia e literatura. Permanecem em todas as edições veiculadas de 2012 a 2015, basicamente nessa sequência, as seções: *Editorial*, *Entrevista*, duas de *Opinião*, *Homenageado da Edição*, *Reportagem*, *Ensaio*, *RevesMúsica*<sup>13</sup>, *RevesBrasil*, *RevesGastronomia*, *Destaque*, *Ademã*, *Ficção*, *As 10 Dicas*, *RevesDicas* e *Um outro olhar*, que revelam heterogeneidade temática nas suas publicações.

*Editorial* é o primeiro texto que o leitor encontra por estar situado nas primeiras páginas de cada exemplar. Geralmente, trata dos temas que a edição aborda e, vez por outra, usa o espaço para explicar algum assunto polêmico publicado anteriormente. O editorial é um texto do gênero opinativo que aborda a opinião do veículo de comunicação, embora seja assinado por André Gonçalves, integrante do conselho editorial; enquanto os artigos publicados nas seções

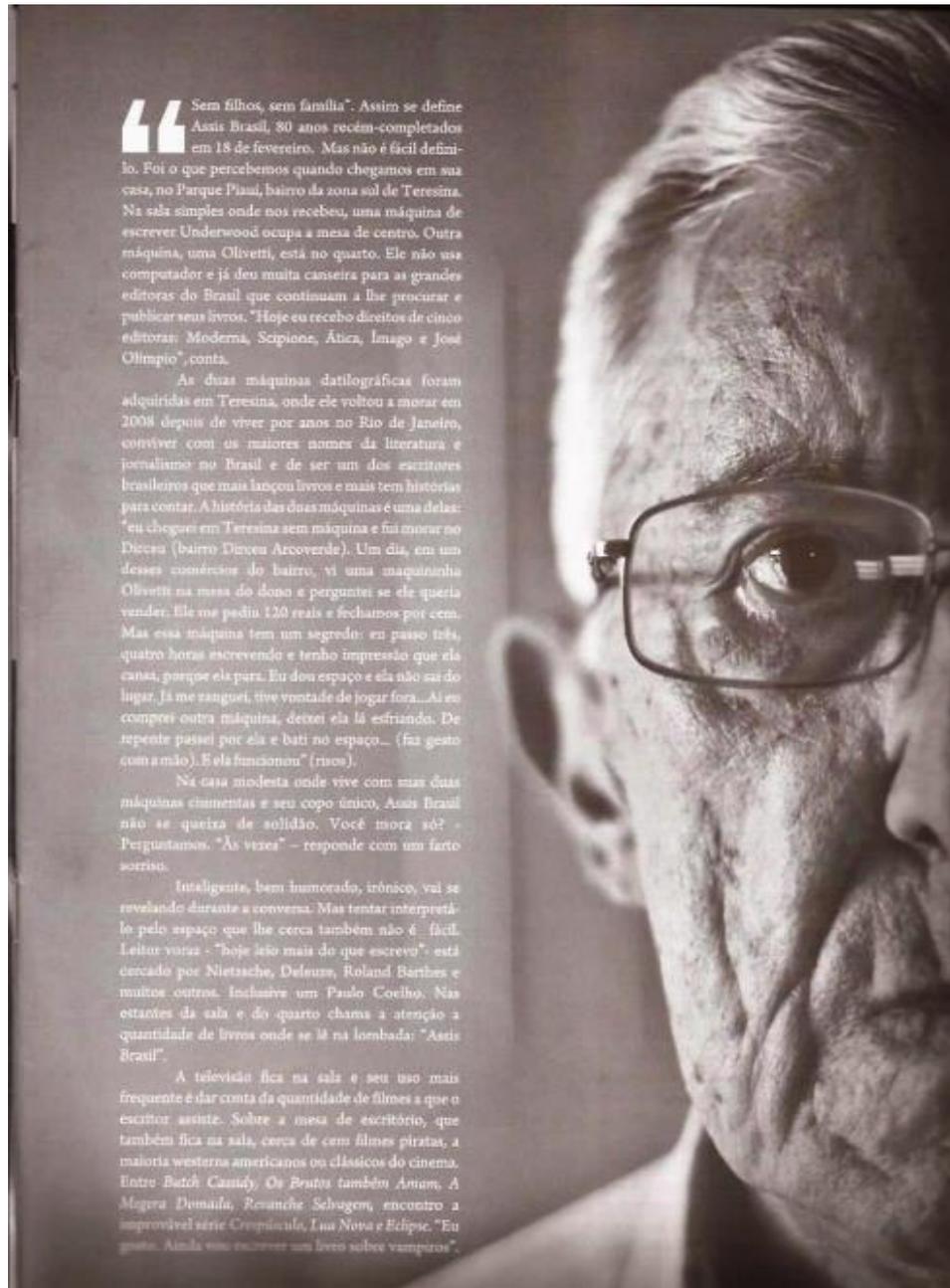
---

<sup>13</sup> Assim como a seção *RevesMúsica*, outras são trabalhadas basicamente da mesma maneira: em matérias sobre manifestações diferentes. Nesses casos, o termo que acompanha “Reves” pode alternar conforme a pauta, por exemplo: *RevesLiteratura*, *RevesComportamento*.

de *Opinião* se tratam de julgamentos e apreciações de quem escreveu, ou seja, de colaboradores, que se alternam a cada edição. Os temas se alternam e compreendem educação, tecnologia, comunicação, mídia, religião, entre outros, em uma média de duas laudas, com dois textos seguidos, logo após a *Entrevista*.

A seção é disposta nas primeiras páginas da revista, ocupando grande espaço nos exemplares, com cerca de 8 a 12 páginas, que concentram texto introdutório, seguido das perguntas e respostas, permeadas de fotos. Geralmente, os escritos que abrem a editoria se tratam de descrições do cenário onde foi realizado o bate-papo ou do próprio entrevistado, que se manifesta em gestos, comportamentos e roupas, ajudando o leitor a criar uma imagem da ambientação da pauta, assim como a caracterizar o sujeito-alvo das perguntas. Desde a primeira publicação, de fevereiro de 2012, edição Maria da Inglaterra, a *Entrevista* traz esse tipo de descrição. Na edição citada, o entrevistado é Assis Brasil, então, o texto de abertura ressalta a presença de máquinas de escrever, livros e filmes na casa do renomado autor piauiense Assis Brasil, dando recursos para estimular a imaginação do leitor e valorizando as peculiaridades do renomado autor piauiense.

Figura 2 – *Revestrés*, n. 1, fev. 2012, p. 6 e 7



Fonte: acervo particular

A capacidade inventiva de *Revestrés* se mostra, ainda no eixo estratégico, por meio da editoria *Homenageado da Edição*, que nomeia a publicação e apresenta a personalidade ao público, destacando traços, habilidades e contribuições para a cultura, geralmente, no âmbito do Piauí. Quatro laudas com pequeno perfil e grandes imagens colocam em evidência o personagem, justificando porque ele merece tributo e apontando os motivos para ser reconhecido. Desse modo, o impresso promove a renovação da autoestima dos piauienses, apontando as características que tornaram aquela pessoa merecedora de admiração e respeito,

além de, ao mesmo tempo, ajudar a fixar nas memórias coletivas aqueles que contribuem e se diferenciam no presente ou no tempo que já se passou.

As práticas jornalísticas de *Revestrés* podem contribuir com as memórias, "a partir de novos olhares sobre o texto jornalístico em um momento posterior a seu tempo de produção, o jornalismo continua, mesmo situado no passado e falando sobre um determinado presente do passado" (RÊGO, 2014, p. 6). Sendo assim, na *Reportagem*, a revista contextualiza as discussões em pauta e expande a esfera de tratamento da cultura com reflexões críticas essenciais ao ofício. Avaliando desse modo, encontramos indícios e pistas sobre o que é cotidiano, sobre o que tem valor, sobre o que tem peso e o que gera dificuldade nas expressões e manifestações artísticas de um passado recente e ainda presente. Indícios de um tempo que preza pela afirmação e valorização das identidades.

Ilustrando esse aspecto, verificamos a reportagem intitulada "A nossa casa" (número 5, novembro/dezembro de 2012, edição Torquato Neto), que elenca aspectos culturais típicos dos piauienses, elevando as características comuns nas suas casas. Isso mostra uma preocupação com a fixação dos aspectos da cultura piauiense que identificam e diferenciam-na de outros estados nordestinos e brasileiros. Evidencia também uma preocupação comum nas sociedades atuais em marcar as memórias individuais e coletivas, de modo que há uma grande quantidade de narrativas e de arquivos mnemônicos, conforme discutimos anteriormente com Nora (1993).

Ainda entre as estratégias que compõem a revista, que contribuem para a construção de memórias e considerando que, segundo Certeau (2014), as estratégias apontam para a resistência durante um período considerável de tempo, notamos outro método usado por *Revestrés* nesses quatro anos de publicação, o qual diz respeito à manutenção da seção *Ensaio*, que traz oito laudas de fotografias sobre um tema distinto a cada edição. Na primeira lauda, um pequeno texto apresenta a pauta da vez e introduz de modo sedutor as imagens trabalhadas no espaço. Seca, caatinga, cidades, arquitetura, arte, circo, esporte já foram temas da editoria, que usou o recurso imagético como meio para contar histórias, para refletir sobre a arte e para propor novos olhares sobre a realidade captada pelas fotografias. O recurso sugere valorização da cultura por variados ângulos e fascina o leitor por um dinamismo aparente que as imagens produzem.

Compõem ainda a revista seções de matérias, as quais se intitulam de acordo com a pauta de que trata a edição, enveredando por *RevesMúsica*, *RevesComportamento*, *RevesVida*, *RevesTipos* ou "Reves" mais o termo que melhor expressar o assunto das páginas dessa editoria. Os textos ocupam menor número de páginas e têm menor aprofundamento em relação à *Reportagem*, mas não deixam de ser reflexivos e críticos, apontando para nova roupagem sobre

temas convencionais, como a música. No exemplar número 1, fevereiro de 2012, edição Maria da Inglaterra, a matéria “Madame Dollores: brega ou chique?” propõe uma releitura sobre o estilo musical, a partir da história da banda que intitula o texto e de depoimento de personagens, inclusive jovem, que diz apreciar o gênero. Com isso, o conteúdo conduz a uma reflexão sobre o que está posto, sugerindo, sutilmente, releitura de juízos típicos do senso comum e incentivando mudanças que podem impactar a identidade piauiense.

A seção *RevesBrasil* traz entrevistas do tipo ping-pong, de menor porte em relação à *Entrevista*, e trabalha com temáticas nacionais, mas com tentativas de relacioná-las ao Piauí de algum modo, seja pela naturalidade do entrevistado ou dos pais deles, seja pelo tema que chega ao estado com satisfação. Uma maneira de colocar a cultura brasileira, para que a revista possa se autoafirmar como sendo uma publicação cultural, mas não só piauiense, como demonstram os objetivos no Folder Revista Revestrés (2013, p. 2), sendo eles “a divulgação da produção cultural da nossa região, e um intercâmbio com os produtores culturais de todo o Brasil”. Exemplo disso é “De piauí para Piauí” (número 1, fevereiro de 2012, edição Maria da Inglaterra), entrevista com a equipe da revista carioca *Piauí* que leva o nome do estado, levantando questionamentos curiosos sobre o nome do periódico e ressaltando a ligação entre um e outra nas publicações.

Em todas as edições podem ser percebidas matérias sobre a gastronomia piauiense, seja na praia ou em bairros populares de Teresina, sejam pratos típicos ou não. A incidência é tamanha que as matérias são postas na seção denominada *RevesGastronomia*. O fato de a revista abordar a culinária piauiense como parte da cultura local é considerada estratégia. Nesse espaço concedido, o impresso reconhece gostos e tradições conservadas pela população, fortalecendo a identidade no estado por meio da valorização, como na matéria “O padroeiro da carne de sol” (número 8, junho de 2013, edição Elvira Raulino), sobre um prato que é típico no estado, a carne de sol. Por essa e por outras matérias do mesmo tipo *Revestrés* demonstra conhecer o cenário onde está inserida, valorizando a cultura, estabelecendo um relacionamento com o leitor e contribuindo com a construção de memórias coletivas acerca do assunto, além de privilegiar e também manter as identidades culturais.

“A estratégia postula um *lugar* suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com *uma exterioridade* de alvos ou ameaças” (CERTEAU, 2014, p. 93), sendo assim, se colocam como estratégias na revista analisada as seções: *Destaque*, que apresenta um perfil a cada edição; *Ademã, As 10 Dicas, RevesDicas*, que consistem em espaços de notas com dicas sobre filmes, livros, comidas, lugares e outros temas; e *Ficção* e *Um outro olhar*, editorias literárias. Compreendemos esses espaços como estratégias,

porque integram o plano editorial da revista, com uma perspectiva de apresentar conteúdos diferenciados a cada publicação.

Outras editorias se alternam nas publicações ao longo de cada bimestre, como *Piauiês*, *Um Lugar no Piauí*, *Lendas Piauienses Revisitadas*, *Crônica* e *MisturÊba*. As três primeiras, como apontam as nomenclaturas, tratam de piauiensidades, enaltecendo a identidade e contribuindo para seu fortalecimento. Assim sendo, o panorama da revista demonstra capacidade criativa para se adequar às demandas do Jornalismo Cultural e atender as carências de veiculação, aprofundamento e abrangência sobre a cultura no Piauí, sem, no entanto, se fechar ao estado, mas também não perdendo o foco com publicações e coberturas nacionais já realizadas por outras revistas. Esse plano estratégico de *Revestrés* impõe vantagens da revista perante o mercado editorial no qual está inserido.

Para agregar valor ao material publicado, *Revestrés* investe na heterogeneidade do conteúdo, como identificamos na primeira etapa da análise. Entendemos que esse aspecto presente nas 22 revistas analisadas representa seu plano estratégico. O impresso do segmento do Jornalismo Cultural trabalha com uma gama de temas que não se diz respeito apenas a manifestações artísticas, mas sim manifestações culturais, de modo geral. A escolha das pautas e o tratamento que dá ao material publicado indicam a percepção antropológica da revista acerca da cultura, o que torna enriquecedor o conteúdo veiculado, contribuindo para a valorização dos aspectos que caracterizam e diferenciam o Piauí. Outra característica do conteúdo é o aprofundamento das matérias. A valorização da cultura em uma visão mais antropológica, com reflexões decisivas e análises substanciais do cenário discutido em pauta com alto teor crítico é comum nas publicações.

Ao considerarmos as estratégias como ações engendradas de forma consciente para se diferenciar, notamos a linguagem como componente distinto da revista. Com uma escrita informal, porém culta, o impresso conduz os textos de forma irreverente, sedutora, não cansativa, cativando o leitor e fazendo com que ele prossiga com a leitura uma vez iniciada. Como exemplo, encontramos a matéria sobre um campeonato de futebol realizado em Teresina, com homens com mais de 40 anos (número 12, janeiro/fevereiro de 2014, edição Lenir Argento), em que *Revestrés* usa de uma linguagem leve, arrojada e ao mesmo tempo próxima ao popular para atrair o público e condizer com a pauta, que é que despensa formalidades. Para tanto, constrói a matéria com detalhes sobre o cenário do qual trata, como demonstra o trecho que segue, com escrita descontraída.

O Campeonato dos Quarentões é anual, vai de dezembro a fevereiro, e cada time paga uma taxa de 400 reais para participar. O espaço, cedido pela prefeitura, além do campo oferece também vestiário com chuveiro e sala de reunião, de onde saem todas as decisões da diretoria composta por moradores do bairro. Ali mesmo os jogadores se aquecem, trocam de roupa, tomam dindim e bebem água em canecas de plástico, à vontade, dentro de um isopor térmico (*Revestrés*, p. 63, edição 12, janeiro/fevereiro de 2014).

Com uma proposta mais informal, os textos conduzem a uma leitura pautada no coloquialismo, lembrando uma conversa com o leitor, uma contação de histórias em que o locutor aparece em primeira pessoa, às vezes, dando pessoalidade ao texto e aproximando a pauta, por meio da descrição do ambiente rica em detalhes e auxiliada pelas muitas imagens utilizadas. Supressão de letras também aproximam a linguagem do caráter mais popular, como o uso de “pra” ao invés de “para” ao longo dos textos dentro da revista, mas também em locais de destaque, como na capa. Ocorreu na edição de número 16, setembro/outubro de 2014, edição Da Costa e Silva, com a chamada da *Entrevista* com Marcelino Freire, expondo uma citação como recurso de convocação para o conteúdo interior.

Figura 3 – Capa de *Revestrés*, n. 16, set/out. 2014



Fonte: acervo particular

Como outra estratégia para se estabelecer, a revista se antecipa para o público como um veículo de comunicação responsável com a notícia que publica, assume os erros e retifica a informação da edição anterior, como mandam as regras do jornalismo. No espaço destinado para as erratas, situado nas primeiras páginas, próximo ao editorial, o impresso assume a falha em algumas edições, em tom descontraído, com uma pequena chamada no final da lauda seguida da nota indicando a falha e corrigindo. Na mesma página, encontramos outro recurso estratégico do impresso: o *Fala Leitor*. Nesse local, são expostos comentários de leitores sobre a revista publicada anteriormente, os quais são selecionados e editados pelo conselho editorial a partir de exposição do público nas redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram, ou pelo envio de cartas ou e-mails.

#### **4.6 Táticas de *Revestrés***

Para alcançar as estratégias, a revista *Revestrés* faz uso de táticas para se ajustar ao sistema, que é imposto pelo impresso, em favor próprio. De tal maneira, verificamos ações pontuais que ferem a ordem estabelecida e aparecem em meio ao que é padrão. No visual gráfico que marca o impresso e que é caracterizado como harmonioso, vez por outra o periódico rompe os moldes estabelecidos quanto ao *designer* para alcançar um outro objetivo afora os já citados no tópicos Estratégias de *Revestrés*, quer seja de chocar o leitor e, ao mesmo tempo, impeli-lo ao conteúdo de forma um tanto drástica, quer seja o de pontuar um fazer diferente e inventivo nas práticas cotidianas da revista, driblando até mesmo, em alguns momentos, as regras que gerem o jornalismo de forma geral ou o Jornalismo Cultural, em particular. Pensar em como *Revestrés* tem trabalhado para se consolidar com esse tipo de publicação é imprescindível para entender as memórias como fortalecedoras das identidades.

Ao longo desses quatro anos de circulação, a logomarca foi reinventada em algumas publicações com o intuito de interagir com a capa e com o conteúdo da manchete, mas sem perder a identidade criada e constituída pelo impresso. Logo na primeira publicação, de fevereiro de 2012, edição Maria da Inglaterra, a logomarca da revista aparece no meio da capa, o que demonstra um rompimento com os padrões gráficos do jornalismo, os quais aconselham que a marca seja diagramada no canto superior esquerdo por ser este um espaço privilegiado no olhar do leitor ocidental, que se direciona da esquerda para a direita e de cima para baixo, além de conceder visibilidade ao impresso nas bancas de vendas de revistas variadas, não

permitindo que outras publicações cubram o nome de *Revestrés* no posicionamento dos impressos, um sobre o outro, geralmente, deixando apenas uma barra grossa de cada um à vista para facilitar a busca. A imagem abaixo mostra essa tática não muito inteligente do periódico piauiense, mas com a clara ideia de rompimento de protótipos, e o uso de criatividade.

Figura 4 - Capa de *Revestrés*, n. 1, fev. 2012



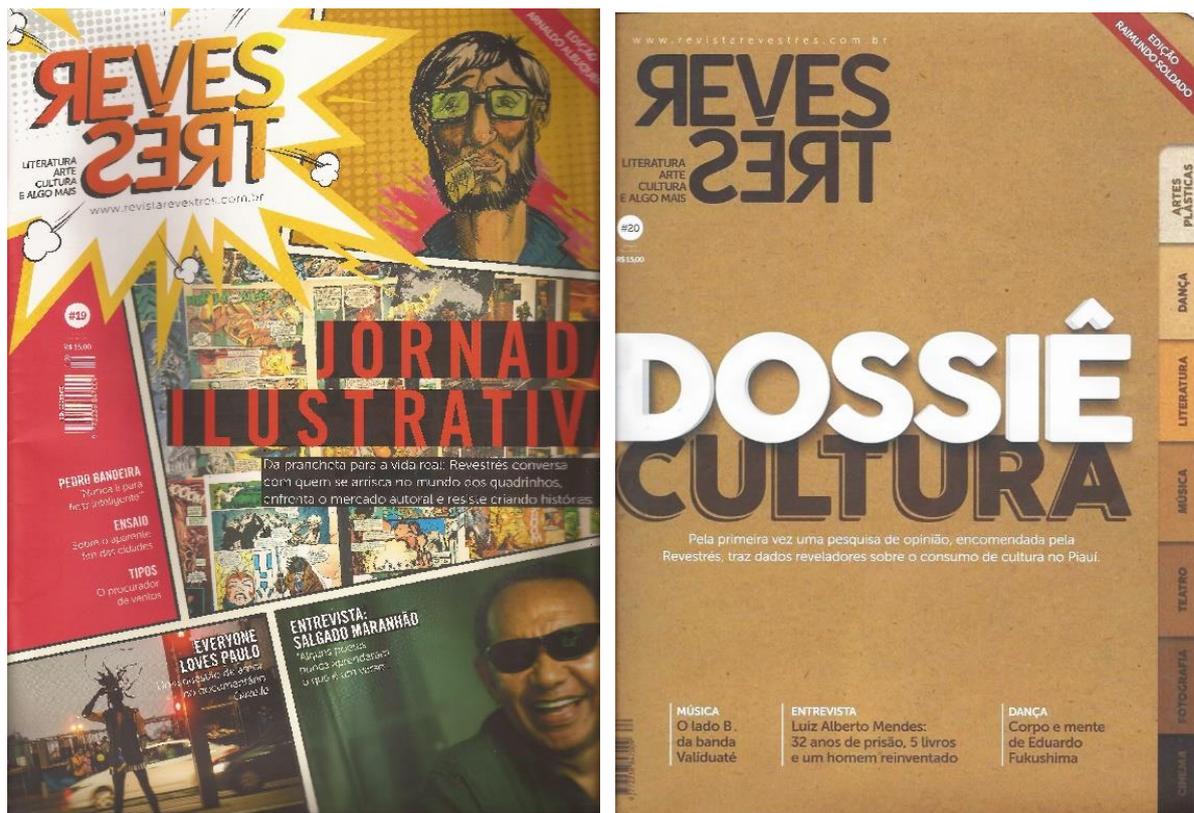
Fonte: acervo particular

Em outros momentos, o impresso fugiu dos padrões de amarelo e rosa da logomarca para apresentá-la em branco sobre a capa com ilustração em tom esverdeado acerca da *Reportagem* principal que trata da presença de mulheres na arte – publicação de número 15, julho/agosto de 2014, edição Possidônio Queiroz, assim como na de número 21, de julho/agosto de 2015, edição Renato Castelo Branco, que tem a capa vermelha em referência às cortinas de teatro, tema da *Entrevista* que ocupa a capa como pauta principal. A logomarca aparece até com um degradê de cores, que vão do amarelo, passando pelo laranja até chegar no vermelho, em

uma referência às revistas em quadrinhos, tema principal da publicação número 19, de março/abril de 2015, edição Arnaldo Albuquerque; bem como em marrom, em uma sobreposição de cores na *Revestrés* número 20, de maio/junho de 2015, edição Raimundo Soldado, que tem a capa marrom claro e a logomarca em um tom mais escuro por apresentar um “Dossiê cultura” como manchete do exemplar.

Figura 5 - Capas de *Revestrés*, n. 15, jul/ago. 2014; n. 21, jul./ago. 2015; n. 19, mar./abr. 2015; n. 20, mai/jun. 2015





Fonte: acervo particular

Ainda sobre as capas, a revista de número 7, março/abril de 2013, edição Guilherme Muller, também rompeu os padrões de *Revestrés* ao se apresentar totalmente em branco com a indagação “Cadê a cultura que estava aqui?” em letras na cor preto e o subtítulo “Teresina chega ao século XXI sem centro cultural, sem museu de arte, sem galerias e com eventos mais significativos migrando para outros cantos” com fonte branca sobre uma faixa cor de rosa. Aparte a única chamada, a capa apresenta a logomarca, slogan, número do exemplar e nome do homenageado que nomeia a publicação em locais discretos, como nas demais publicações. Chama a atenção o fato de não trabalhar com mais nenhuma chamada de capa além do questionamento que se refere à *Reportagem*. A tática, segundo Certeau (2014), permite utilizar e ao mesmo tempo alterar algo em favor próprio, assim, a publicação propõe um convite à reflexão sobre os pontos de cultura da capital do Piauí de modo chocante e, ao mesmo tempo, chamativo, com uma pergunta.

Figura 6 – Capa de Revestrés, n. 7, mar/abr. 2014



Fonte: acervo particular

Avaliando ainda o mesmo aspecto, notamos que *Revestrés* ousou com a logomarca na cor preta, na edição de capa totalmente negra – número 13, março/abril de 2014, edição Fernando Costa. Esta edição é especial do ponto de vista tático, pois constam duas capas: a primeira negra, com apenas a logo e a citação “Sempre fui assumido como negro e gay”, do entrevistado da vez, um professor negro e homossexual, sem chamadas para outros conteúdos publicados no bimestre; enquanto que a segunda segue os padrões com os quais o periódico vem trabalhando desde 2012, com fundo branco, foto do entrevistado, chamada para a *Entrevista* e chamadas secundárias para outras seções. A primeira capa e principal é uma ação desviacionista, tanto do plano editorial da publicação em análise, quanto do planejamento visual e gráfico para o jornalismo.

Figura 7 – Capas de *Revestrés*, n. 13, mar/abr. 2014



Fonte: acervo particular

Outra logomarca e capa com atributos que a diferenciam das demais lançadas de 2012 a 2015 é a de número 14, de maio/junho de 2014, edição Mário Faustino. Entendendo que as táticas dizem respeito à exceção à regra (estratégia), a capa dessa edição é considerada tática por ser única entre as publicações de *Revestrés*, trata-se de uma reprodução da capa da revista *Navilouca*, que circulou na década de 1970, no Brasil, em publicação única. É, portanto, outra prática astuciosa do impresso piauiense, que contribui com a preservação das memórias por meio da recordação de manifestações culturais da década citada, que, segundo a própria *Revestrés*, significou anos de efervescência cultural. Outro ponto que podemos destacar aqui se refere ao jornalismo como memória de si para si. A revista piauiense relembra a *Navilouca* como uma publicação da contracultura, à época da Tropicália, onde personagens, como o piauiense Torquato Neto, fizeram parte do movimento cultural. A astúcia é conduzida na tentativa de transcrever o espírito da época na *Revestrés* de hoje, utilizando o jornalismo como fonte documental, como suporte físico das memórias.

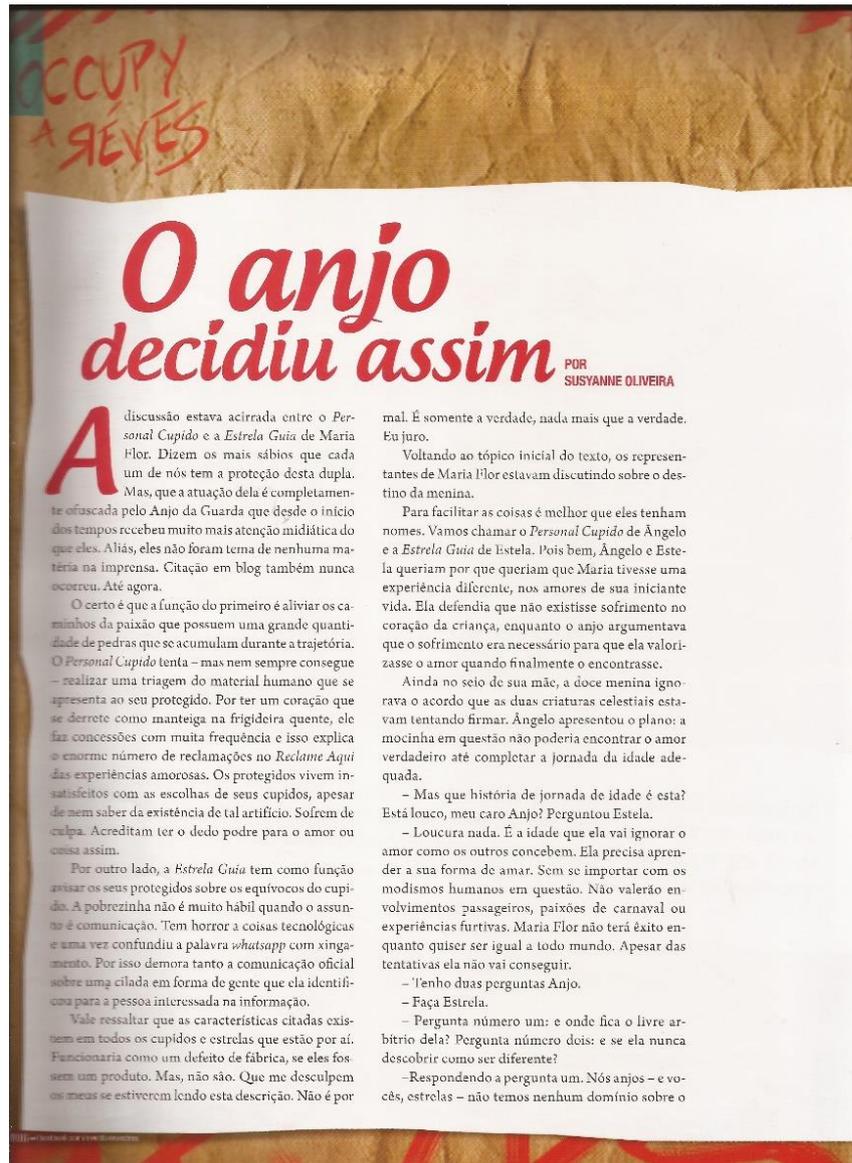
Figura 8 – Capa de *Revestrés*, n. 14, mai/jun. 2014



mesmos, fazendo com que eles se vejam na revista através de suas produções. Assim, no periódico de número 9, julho/agosto de 2013, edição Liz Medeiros, *Revestrés* convidou seu público consumidor a participar das próximas edições para além do espaço *Fala Leitor*. Para tanto, o leitor deveria enviar seu material criativo e voltado para as diversas formas de cultura para o e-mail da redação para que o conselho editorial avaliasse e selecionasse aquilo que deveria ser publicado. Então, na publicação de número 10, setembro/outubro de 2013, edição Clodo, Climério e Clésio, foi veiculado o primeiro texto que indicava participação ativa do leitor na revista segmentada em Jornalismo Cultural. Tal prática indica uma negociação do periódico para com as pessoas que o leem, comprovando que elas consomem, mas também produzem e, ao mesmo tempo, propondo que sua produção seja reconhecida pela revista e conhecida pelo público. Abaixo, a chamada para ocupação da *Revestrés* e a primeira publicação da seção, após escolha entre 70 trabalhos enviados de diversas regiões.

Você, que está indignado porque a revista nunca publicou um texto, uma foto, um desenho, um conto, uma poesia, um artigo, seja lá o que for que você produza, chegou a hora de um basta! Mande alguma produção para o e-mail **ocupearevestres@gmail.com** e a partir do próximo número a *Revestrés* vai dedicar uma página inteirinha para você se expressar (*Revestrés*, p. 6, edição 10, setembro/outubro de 2013. *Grifos do autor*).

Figura 9 – *Revestrés*, p. 86, n. 10, set/out. 2013



Fonte: Acervo particular

Além da tática de inserção de artigos de colaboradores nas páginas de *Opinião*, de textos literários nas seções *Crônica*, *Lendas Piauienses Revisitadas*, *Ficção* e *Um outro olhar*, a revista utiliza outra prática inventiva na seção *Ensaio Fotográfico*, por vezes, o convidado é o único autor do conteúdo que preenche o espaço, com imagens que sempre estão dentro de um tema específico. Ainda sobre as astúcias das seções da revista, ressaltamos a seção especial *RevesMundo*, quando a *RevesBrasil* cede lugar àquela, mas mantendo a mesma roupagem, modelagem e maneira de conduzir o texto e também a entrevista. O diferencial mesmo está na pauta, que está muito além das fronteiras brasileiras. Isso ocorreu somente na publicação de número 6, janeiro/fevereiro de 2013, edição Fontes Ibiapina, como expõe a figura abaixo.

Já na seção *Entrevista*, a astúcia se constitui pelo fato de ser feita pela equipe da revista a um entrevistado, como uma mesa redonda, com o diferencial da participação de um convidado especial que se junta aos integrantes do impresso a cada edição na tentativa de ampliar o debate, conceder novos olhares, novos questionamentos, novas reflexões. Geralmente, participam da *Entrevista* do bimestre produtores culturais, professores universitários, jornalistas e arquitetos. Por outro lado, a mesma seção já foi modificada em favor próprio, quando ao invés de entrevistar uma personagem, entrevistou duas para possibilitar a demonstração de múltiplas visões sobre o mesmo tema, a partir de realidades distintas. A prática astuciosa se deu no número 18, janeiro/fevereiro de 2015, edição Genu Moraes, modificando inclusive o padrão da capa, que era mantido, muitas vezes, com a fotografia de um entrevistado, mas que dessa vez foi ocupada por duas.

Figura 10 – Capa de *Revestrés*, n. 18, jan/fev. 2015



Fonte: acervo particular

Dentro das estratégias, encontramos táticas também nas seções *Destaque*. O mesmo ocorre em *As 10 Dicas*. Na primeira, a tática vale-se de utilizar o texto de um convidado para traçar o perfil de um personagem de destaque na cultura piauiense, enquanto na segunda, o convidado aponta sugestões de aquisição e consumo de aspectos da cultura e da arte a partir dos próprios gostos e da personalidade. Quando um músico concede as dicas, como na edição número 22, setembro/outubro de 2015, edição Maestro Luiz Santos, elas ficam em torno desse tema. Desse modo, nos dois casos, os convidados, geralmente, se tratam de pessoas que têm relação ativa com a cultura nas mais diversas manifestações culturais, seja na arquitetura, humor, na comunicação ou nas artes, por exemplo.

Embora o jornalismo não seja o único a participar da construção das memórias, ele tem lugar legitimado no processo de legitimação dos acontecimentos, a partir da transmissão de informações. Portanto, é importante analisar o material publicado pelo periódico especializado em cultura na contemporaneidade. A forma como a revista admite falhas é vestígio que demonstra uma tentativa de intensificar a relação com o leitor, criando um elo que a coloca como responsável direta e que pode ter reflexos. Consideramos tática a maneira como *Revestrés* assume os erros em algumas edições, como na de número 6, janeiro/fevereiro de 2013, edição Elvira Raulino, e na de número 8, junho de 2013, edição Fontes Ibiapina, com um “Desculpe, nós fizemos algo errado”, em tom descontraído, ao invés de simples e formalmente “Errata”, como ocorreu nas demais. Assim como na errata, os demais aspectos tratados acima apontam para práticas astuciosas que compõem a revista tanto quanto as estratégias e é nisso que se evidencia a criatividade ou inventividade na perspectiva do cotidiano, conforme aborda Michel de Certeau (2014) de onde evocamos o nosso ponto de análise.

#### **4.7 Estratégias e táticas por edição**

Marcadamente inovadora, a atuação de *Revestrés* representa novas práticas no fazer jornalístico em Teresina e no Piauí, práticas essas que são percebidas entre vestígios e rastros mnemônicos ao longo das publicações bimestrais, considerando que, como diz Nora (1993), a memória é fragmentada em uma pluralidade de narrativas. A revista se posiciona e dissemina o pensamento crítico capaz de valorizar aspectos já postos, questionar outros novos e refletir sobre os convencionais. Entendendo as estratégias como um processo criativo e de planejamento que se dá no cotidiano e as táticas como as maneiras de criar e se reapropriar do espaço que lhe é conferido, consideramos importante aprofundarmos nossa análise sobre cada exemplar que compõe a amostra. Sendo assim, a pesquisa segue a linha de raciocínio em que

apresenta os aspectos contextuais das 22 edições publicadas entre os anos de 2012 a 2015, uma a uma, que podem ser caracterizados como eixo estratégico ou tático, ainda tomando por base a perspectiva de Michel de Certeau (2014). Detectamos as frequências com que a revista adota determinadas estratégias.

#### 4.7.1 Estratégias da edição número 1

A primeira *Revestrés* publicada em fevereiro de 2012 homenageou a cantora e compositora teresinense Maria da Inglaterra, que deu nome à edição, uma estratégia que demonstra valorização da identidade piauiense e da cultura popular, uma contribuição para que as memórias construídas pelo Jornalismo Cultural do Piauí não concentrem apenas artistas de prestígio entre os mais privilegiados cultural e financeiramente, mas envolva outros considerados mais populares. A manchete da capa foi sobre a *Entrevista* com o conhecido escritor piauiense de Parnaíba Assis Brasil. Como em outras edições, abre a seção um texto descritivo que caracteriza o autor e destaca o cenário onde foi realizado o bate-papo, além de aspectos do próprio entrevistado, que se manifesta em gestos, comportamentos e roupas, ajudando o leitor a se ambientar com o local escolhido para a entrevista. Logo, ressalta a presença de máquinas de escrever, livros e filmes na casa do renomado autor piauiense.

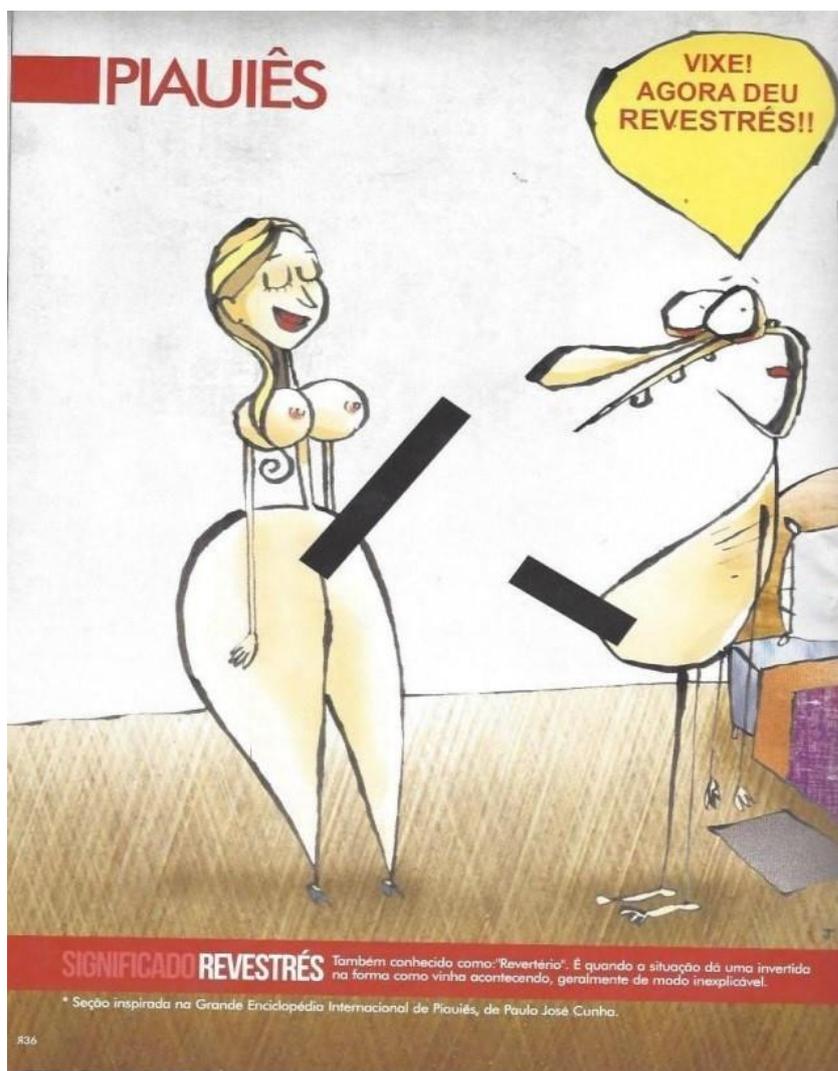
A *Reportagem* da mesma edição, intitulada “Onde estão as referências de Teresina?”, apresenta um panorama da arquitetura da capital piauiense com o comparativo entre passado e presente. Estrategicamente, coloca fotografias antigas e atuais de casarões do Centro da cidade e traz depoimentos de historiador, pesquisador e arquiteto sobre a falta de conservação do patrimônio histórico, convidando o leitor à reflexão sobre os lugares de memória da primeira capital planejada do país, avaliando criticamente a desvalorização e não conservação do patrimônio histórico cultural da cidade, apresentando o panorama atual como sendo negativo pela falta de fiscalização. Assim, desperta no leitor o interesse em pensar sobre a situação discutida sob seu contexto, estimulando-o a ponderar sobre seu lugar e tempo, com referências de ambientes em que a situação pode ser verificada.

No entanto, não traz a opinião de nenhuma pessoa comum, que não seja especialista na área, mas que se interesse pelo patrimônio onde vive; tampouco apresenta uma resposta das autoridades competentes pela fiscalização e conservação à cobrança e crítica apresentadas. O texto faz referência apenas à capital do Piauí e não considera outras cidades piauienses, onde o fenômeno avaliado poderia ser encontrado facilmente. Nesse aspecto, as estratégias da

*Reportagem* poderiam ter sido melhor exploradas, proporcionando uma discussão mais ampla e deixando vestígios de uma situação que é comum em todo o Estado.

Seguindo a *Reportagem*, a *Crônica* ocupou uma página, conforme o plano editorial da revista. Logo após, a seção *Piauiês* é lançada com ilustração bem-humorada e com o significado do termo “revestrés”, que dá nome a essa publicação bimestral. Essa foi uma maneira de pensar e tornar o leitor consciente sobre o fazer da revista, um periódico cujo ideal é apresentar a cultura sob uma perspectiva contrária a aquilo que está posto. Por ser a estratégia “organizada pelo postulado de poder”, como assinala Michel de Certeau (2014, p. 95), essa ação da revista pode ser encarada por esse ponto de vista, já que o conselho editorial tem autoridade para definir o que vai ser apresentado e como o será. Vejamos abaixo a página da seção citada.

Figura 11 – *Revestrés*, p. 36, n. 1, fev. 2012



Fonte: acervo particular

*RevesTeatro* aborda, em “Mil casas: arte de porta em porta”, um projeto do Núcleo do Dirceu, que consiste em pesquisar e fotografar sob uma performance artística casas e pessoas que moram na região do Grande Dirceu, considerada como violenta em Teresina. A matéria diz que, após a abordagem, as fotos são editadas em vídeos e o projeto volta às residências para mostrar os resultados da captura. “É a arte sem fronteiras, acabando com os muros que separam o Grande Dirceu do resto de Teresina, de outros estados, de outros países” (*Revestrés*, p. 40, número 1, fevereiro de 2012). Enquanto isso, a primeira *Revestrés* também apresentou a seção *RevesBrasil* com o texto “De piauí pra Piauí”, em bate-papo com os criadores da revista que leva o nome do estado. Demonstra, desse modo, que, quando não trata de temas notadamente piauienses, busca relações com seu o estado de origem e, assim, questiona sobre a relação entre da revista nacional com o Estado da Federação.

A seção *Lendas Piauienses Revisitadas* tratou da conhecida Lenda das Sete Virgens no texto de título “A lenda da sétima Maria”, valorizando a cultura popular do Piauí, fixando no suporte físico da revista memórias sobre a lenda que faz parte do imaginário coletivo local. Semelhantemente, *RevesMúsica*, em “Madame Dollores: brega ou chique?” trabalha a cultura popular, a partir do gênero musical brega, propondo novos olhares para o estilo, visto por muitos de forma preconceituosa. Na coluna *Ademã* estão seis notas acompanhadas de fotos sobre cidades piauienses declaradas como patrimônio cultural do Brasil; previsão de vinda ao Nordeste da turnê de shows de Chico Buarque; minipoema de Climério Ferreira, piauiense de Angical; projeto “A gente transforma”, de Marcelo Rosembaum, em Várzea Queimada, zona rural de Jaicós; espetáculo que marca aniversário do Grupo Harém de Teatro; e sobre o curso de Teresina, o maior do mundo. Além disso, a coluna traz fala descontraída de um jornalista sobre cabelos e a *Dica do Ibrahim*, o colunista que inspira a seção, o qual é considerado pela revista como o maior colunista social do Brasil.

Figura 12 – *Revestrés*, p. 62, n. 1, fev. 2012

**ADEMA**  
COLLÍZIO CULTURAL

**Você já foi a Oeiras?  
E o Piracuruca?**

Então vá! As duas cidades piauienses foram declaradas patrimônio culturais do Brasil pelo Iphan - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, com sede em Brasília (no último dia 26 de janeiro).

Em Oeiras, a primeira capital piauiense, além do conjunto arquitetônico, o Iphan levou em conta as manifestações culturais de longa tradição como o Procissão dos Passos e do Fogareu, que ocorrem no serrano santo.

Em Piracuruca o Iphan considerou que a cidade guarda um importante acervo de arquitetura típica piauiense, ameaçada de desaparecimento por constantes reformas.

Outras cidades estão na mira do projeto do Iphan como Araripe e Paulo II.

**Os olhos de Chico**

A turnê de shows de Chico Buarque tem previsão para vir ao Nordeste ainda esse semestre. Além das músicas e do intérprete - claro - outro ponto que tem atraído os olhos é a iluminação, assinada pelo piauiense Manoel Castello Branco, o Maneco Quindere. Além de shows de grandes estrelas nacionais, Quindere é reconhecido em espetáculos teatrais, sendo iluminado "Dona Dêida", com Fernanda Montenegro, entre muitos outros. A turnê "Chico" ocorre após um jejum de cinco anos sem espetáculos de Chico Buarque, que é "figura bazeada nas palcos brasileiros", como assinala em seu site ([www.chicobastidores.com.br](http://www.chicobastidores.com.br)).

Este é apenas o sexto espetáculo apresentado por ele nos últimos 36 anos.

**"Não há ninguém igual a mim.  
E é isso que salva o mundo"**

O micro poema "A diferença Salvadora" (e outros 171 de títulos de quase mesma temática que o poema) está no livro "Poemas menores & frases amadas", do poeta e compositor Clímério Ferreira (aquele do Clodo, Clímério e Clésio).

Piauiense do Angaipe, ele mora em Brasília desde os 19 anos e esteve em Teresina para lançar a obra.

Fernando Tukei, que faz a apresentação do livro, batiza o trabalho de Clímério como "poemáticas deliciosas".

**"Todo mundo da minha idade tá de cabelo branco. Menos o Garrincha e o Geraldo Brito, porque pintam"**

FRANCISCO MAGALHÃES, JORNALISTA  
na foto com Ciraes Santos, professor

**"É de mau gosto perfumar excessivamente o papel de carta"**

Assis é um homemgem e Bertinho Sassi, o rapaz colunista paratá de Brasília, que apresenta suas colunas com "o domo, de lá!"

Fonte: acervo particular

Na seção *Ficção* está o texto “Respeito é bom e eu gozo”, do idealizador de *Revestrés*, Wellington Soares, que também é escritor; enquanto na *Um lugar no Piauí* se encontra no final da publicação, tendo como primeira foto o cânion do rio Poti, entre os estados do Piauí e Ceará. Por outro lado, ocupando também uma lauda da publicação, são expostas notas com indicações de três livros, sendo um deles do entrevistado de capa desta edição, Assis Brasil; dois filmes, um do piauiense Cícero Filho, o outro de Pedro Almodóvar; e um disco musical da artista nacional Gal Costa. Estrategicamente, como nas demais edições da análise, *Um outro olhar* fecha o conteúdo de *Revestrés* com texto literário, na edição número 1 tem o título “O artista medíocre”, do colaborador convidado Ignácio de Loyola Brandão.

#### 4.7.2 Táticas número 1

A tática da primeira *Entrevista* de *Revestrés*, publicada em fevereiro de 2012, edição Maria da Inglaterra, apresenta-se no uso de um convidado para participar do embate de questões ao escritor Assis Brasil. O participante foi o produtor cultural Jorge Medeiros, o Jorginho, junto

aos cinco componentes da revista. A edição avaliada fugiu dos padrões de duas seções *Opinião* e apresentou três textos do gênero, contudo em dois deles a seção não foi classificada como *Opinião* como nos demais exemplares. Dois artigos trabalharam com a temática do cinema dentro dos títulos “A classe C estreia no cinema” e “O Sertão rima com cinema”, na *RevesCinema*, os quais se enquadraram como práticas astuciosas por romperem com o que é protótipo. O terceiro, cujo título é “Telenovelas: um modelo de tolerância de olho no mercado homossexual”, trata de mídia, especificamente a TV, versando sobre as relações homossexuais expostas na Rede Globo de Televisão como formas de tolerância, mas que, no entanto, surgem com objetivos mercadológicos.

Outra seção que tem a atuação de um colaborador nessa primeira publicação é a *Ensaio*, que trabalha com o tema “Teto”. Oito páginas de fotografias marcantes retratam a experiência do profissional João Brito Jr., que acompanhou a vida de alguns ocupantes de um prédio abandonado em São Paulo. Também a seção *As 10 Dicas* é considerada prática astuciosa por ser a única, entre as edições analisadas, que não apresentou fotografia do autor das notas; e a *Destaque* por trabalhar com esporte ao exibir o perfil de Sima, jogador de futebol do Sociedade Esportiva Tiradentes, da década de 1970, a partir da visão de Severo Filho, conhecido como Buim, jornalista e pesquisador esportivo.

#### 4.7.3 Estratégias da edição número 2

Nas edições seguintes, muitos aspectos do plano estratégico se mantêm. Na de número 2, março/abril de 2012, edição Helly Batista, a *Entrevista* de capa “João Cláudio Moreno: tá rindo de quê?” apresenta uma visão crítica sobre o país e o estado do Piauí, a cultura, a política, a mídia, a religião e o amor, não obstante o personagem entrevistado se trate de um humorista piauiense conhecido também no Brasil. Assim também as seções de *Opinião*, com os textos “A cultura da infantilização: nem anjos nem demônios” e “Gabriel García Márquez ou a arte de contar a história pelo fim” de convidados, mantiveram os padrões adotados na maioria dos números. O *Homenageado da edição* enalteceu o trabalho de Helly Batista por ocasião de sua morte. O piauiense se destacou na dança, chegando a se apresentar no Teatro Municipal de São Paulo para onde se mudou muito cedo para se qualificar e tornar-se bailarino. O pequeno perfil lembra o trabalho dele na escola de balé que montou e no trabalho social de integrar as crianças menos favorecidas à dança.

A segunda *Reportagem* veiculada pela *Revestrés* também pode ser entendida como estratégica. “O filme parou?” coloca em pauta o cinema de rua, rememora seu auge em Teresina,

por volta dos anos de 1950, e critica o fato de hoje quase não mais existir. O material aborda a mudança de cenário para apreciação de filmes – das ruas para os shoppings, o que contribui com a falta e acessibilidade pelas classes menos favorecidas por causa dos altos preços, pois "influencia na elitização do seu público" (*Revestrés*, p. 35, edição 2, maio/junho 2012). Permeado de fotos, o conteúdo fala dos movimentos que vão contra isso em nome de um cinema mais popular, a exemplo do Cine Periferia, da Ong MP3 (Movimento Pela Paz na Periferia). A estratégia aqui é abordar a capital do Piauí como foco, sendo que a única fuga a esse limite se deu com a utilização de um gráfico comparativo sobre os preços do cinema em diversas capitais nordestinas.

Após a *Reportagem*, a seção *RevesLiteratura* traz a matéria “Poesia e arte para qualquer parte” sobre saraus, que são realizados pela cidade de Teresina por jovens. O texto demonstra uma visão um tanto romântica com relação à literatura, em especial à poesia, enaltecendo os movimentos de grupos que se reúnem para cantar, para ouvir música, conversar e compartilhar poesias, ao mesmo tempo em que sugere que essa prática é restrita e não habitualmente compartilhada pela diversidade populacional teresinense. Em um boxê, destaca quatro saraus, com endereço onde eles acontecem na tentativa de convidar o leitor a participar e compartilhar as manifestações artísticas locais. Também relembra as Noites Tarja Preta da Academia Onírica, que realizava “encontros mensais embevecidos de músicas, vídeos, artes plásticas, poemas e os curiosos fanzines em formato de remédio” (*Revestrés*, p. 44, número 2, março/abril de 2012).

Há ainda a estratégica seção *Piauês* com o termo “sudenga” explícito com ilustração e breve significado da expressão típica no linguajar dos piauienses. Igualmente, a revista segue seu planejamento ao abordar matéria sobre “O menor espaço cultural do mundo”, do bairro Mafuá, de Teresina, publicado na *RevesCultura*. Trata-se do Espaço Cultural São Francisco, mantido pelo artista plástico Cícero Manoel. Assim como essas editoriais, a *RevesGastronomia* trabalhou a culinária piauiense em “O segredo do Vicente”, sobre um tradicional pescado em um bar simples, à beira do rio Parnaíba. O foco nas manifestações culturais piauienses se estende na edição de número 2 com o *Ensaio Fotográfico* realizado em Boa Hora sobre o bumba meu boi, expressão também da cultura nordestina.

Conteúdos como esses indicam como a revista *Revestrés* está trabalhando o Jornalismo Cultural, de modo a renovar a identidade piauiense, por meio das memórias de manifestações culturais curiosas que diferenciam a cultura local de outros territórios brasileiros, como os dialetos regionalistas ou hábitos, práticas e gostos como a do personagem Cícero Manoel da matéria citada. Ao mesmo tempo, ela trabalha na manutenção de práticas que já são

consideradas tradicionais no Piauí e no Nordeste, como o bumba meu boi retratado na seção *Ensaio Fotográfico*. As duas formas explanadas de trabalhar as manifestações culturais com contribuições para as identidades revelam o plano maior da revista, o qual é composto por estratégias como as citadas e por outras mais.

Desse modo, percebemos que para trabalhar tais estratégias, dando visibilidade também para as manifestações culturais brasileiras, o periódico aborda nessa edição, na *RevesBrasil*, a história do país, puxando para episódios conhecidamente piauienses, como a Batalha do Jenipapo, que ocorreu em Campo Maior, no Piauí, em entrevista do tipo ping-pong com o escritor e jornalista Laurentino Gomes, autor dos consagrados livro-reportagens *1808*, que trata a respeito da vinda da família real de Portugal para o Brasil, fugindo de Napoleão Bonaparte e da eminente invasão da França a Portugal; *1822*, sobre a independência brasileira; e *1889*, sobre a proclamação da República brasileira, o qual à época dessa publicação de *Revestrés* ainda não havia sido lançado. O texto que antecede as perguntas e respostas contextualizam a discussão, lembrando que as duas primeiras obras foram premiadas pelo misto de história, jornalismo e literatura e apresentando o escritor. Em seguida, vêm os questionamentos sobre o Piauí na história da proclamação.

De modo semelhante, a matéria da *RevesMúsica* “Nem sereia, nem boêmia” abordou tema nacional – a história da cantora Tulipa Ruiz – relembrando a passagem dela por Teresina para apresentação em show. A matéria acompanha um boxe intitulado “Ateliê da Tulipa”, que apresenta pequenas ilustrações de Tulipa Ruiz. A coluna *Ademã* continua nessa edição com seis notas sobre artes em: “O fim do mundo é não ler”, a respeito do Salão do Livro do Piauí; “Premiado Núcleo do Dirceu”, como melhor grupo de dança de 2011; “18 anos de Chapadão”, acerca do festival de música da Chapada do Corisco; “O romance de Rivanildo”, agenda para lançamento de livro; “As luas de Yolanda”, exposição de artista plástica; e “Em Pedro II é diferente” sobre Festival de Inverno. A descontração ficou com fala de publicitário sobre memória das bilheterias de shows e com a *Dica do Ibrahim* sobre palitar dentes. Por outro lado, a coluna *Reves Dicas* trouxe dois livros, dois filmes, um documentário e um disco musical, nenhum de origem piauiense.

Assim como a seção *Lendas Piauienses Revisitadas*, em que o produtor cultural Cineas Santos expõe o texto “Phode, sim!”, com a mesma quantidade de laudas das demais, vemos *Destaque*, com o perfil de “Afrânio por Pollyana”, *As 10 dicas* pelo diretor de teatro Arimatan Martins e *Um lugar no Piauí*, com fotografia da Igreja de São Benedito, em Teresina, seguirem dentro do mesmo plano das demais edições. Ainda no exemplar número 2, observamos a seção

*Um outro* olhar, que traz poesias de Vange Leonel, com trabalho exposto como convidada da revista.

#### 4.7.4 Táticas da edição número 2

De outro modo, a edição número 2, março/abril de 2012, edição Helly Batista apresenta ações criativas e mais pontuais que fogem ao plano estrategicamente pensado para a revista. Por entendermos que as táticas estão dentro das estratégias, vemos essas astúcias nas seções *Ensaio Fotográfico* e *Entrevista*, já apontadas acima a partir de outro ponto de vista, porque elas receberam contribuições de convidados. O *Ensaio* foi realizado por um convidado, enquanto a *Entrevista* teve a colaboração de um jornalista de fora para se juntar à equipe da revista que costumeiramente realiza os questionamentos. Essa foi uma edição peculiar também quanto à exposição de conteúdos literários. A seção *Ficção*, pela primeira e única vez nos quatro anos de publicações analisadas neste trabalho, aparece ocupando quatro laudas, normalmente o número fica em dois; e a seção *Poesia* apareceu também de modo excepcional, separada, com o texto “Os passageiros das águas”, de três laudas escritas pelo professor Adriano Lobão Aragão. Somente nessa revista ela aparece dessa forma, pois nas demais as poesias são apresentadas na seção *Um outro olhar*.

#### 4.7.5 Estratégias da edição número 3

Na análise das páginas do exemplar número 3, cuja publicação se deu entre julho e agosto de 2012, com o nome edição O. G. Rego de Carvalho, percebemos como estratégia a seção *Entrevista* pela abordagem e pelo conteúdo. “Libertamos o gigante!” foca no autor de teatro infantil Benjamim Santos, nascido em Parnaíba, litoral do Piauí, onde viveu por um tempo até se mudar para Recife e depois para o Rio de Janeiro. Exalta a cultura do estado natal a partir da valorização de sua cidade que, na década de 1940, já tinha espaços para manifestações culturais, como teatro, música: “Eu nasci em berço de ouro cultural na Parnaíba, numa época em que a Parnaíba era um berço de ouro no Piauí” (*Revestrés*, p. 10, edição 3, julho/agosto de 2012). Contudo, ressalta, ao mesmo tempo, que na atualidade a cidade piauiense onde ele voltou a morar depois de muitos anos não tem manifestações artísticas, que são tão comuns em outros lugares do país, mas é ali onde o autor cultivava hábitos próprios do piauiense.



Fonte: acervo particular

A editoria *Entrevista* de *Revestrés* fala de um estado brasileiro onde é necessário que os jovens, artistas talentosos, saiam de seu lugar de origem para conquistar reduto profissional e sobreviver financeiramente da cultura. Mas, ao passo em que lamenta e critica a falta de estímulo às artes e aprecia o piauiense que se destaca Brasil afora escrevendo, dirigindo, ela também destaca características que são simbólicas e comuns entre as pessoas que vivem no estado, revelando indícios que permanecerão nas memórias dessa coletividade e contribuindo para o fortalecimento de traços que identificam e diferenciam os piauienses dos outros estados do Brasil, como a tranquilidade e a leveza com que essas pessoas se adornam dia-a-dia,

manifestas nos costumes mais corriqueiros, como de sentar na calçada para tomar uma cerveja, apesar das durezas enfrentadas.

Com a mesma estratégia, a revista aborda a culinária do Piauí, em uma iniciativa que está em muitas edições avaliadas como um estado de contemplação e enaltecimento, ação que pode contribuir com o despertar do leitor para valorizar os pratos típicos e se orgulhar de tudo isso que diferencia essa cultura. Assim, a matéria “O chefe da praia”, da *RevesGastronomia*, expõe os sabores do litoral piauiense, a partir da história de um restaurante “que mistura sofisticação e simplicidade na praia de Barra Grande” (*Revestrés*, p. 58, julho/agosto de 2012). Sofisticação pelos pratos oferecidos no cardápio do local; simplicidade pelo espaço, a música, os pés na areia. Notamos, dessa maneira, o poder estratégico da revista que chama atenção pelo lugar que ocupa e pela maneira como processa a produção cultural veiculada.

Ainda com a pauta e a abordagem focadas no Piauí, a edição publicou a matéria “Paissandu: uma aventura +18”, na seção de nome *RevesCinema*, sobre um cine pornô na tradicional Rua Paissandu, conhecida pelas histórias de erotismo, as quais contam que, durante o século XX, o logradouro foi lugar para as cafetinas e donas da noite. O texto descreve a fachada e o interior do prédio que exhibe filmes pornô, observa os cartazes com o valor e o horário de funcionamento, comparando com os cinemas convencionais ao apontar as diferenças entre um e outro; e ainda destaca que, no espaço, existem salas para contatos particulares para aqueles que desejarem. Com a estratégia de observação minuciosa e descrição detalhada, a revista dá ao leitor a sensação de estar no local, por meio da evocação da imaginação, visto que a matéria vem com fotografias, mas sem nitidez alguma, e com ilustração, que tenta casar com o erotismo da pauta, mas que não dá ideia do espaço.

Figura 14 - Capa de *Revestrés*, n. 18, jan/fev. 2015

CINEMA 387  
 POR ALENCAR SANTOS  
 FOTOS MAURICIO POKEMÓN  
 ILUSTRAÇÃO HUDSON MELO

# PAISSANDU: UMA AVENTURA +18

Mulheres seminuas em cartazes desbotados. Zíperes abertos, pessoas circulando num misto de naturalidade e desconfinança. Um cine pornô prova que a Paissandu erótica resiste.



**T**oda cidade possui, aqui e ali, um canto desconhecido, guarda um ou dois segredos e tranca algumas portas. A Rua Paissandu foi, durante algumas décadas do século passado, um desses lugares. Ela fez parte de uma Teresina onde cafetinas e damas da noite vestiam vermelho e lançavam feitiços sedutores à porta de seus cabarés. É uma rua historicamente sexual. O tempo - que cria, altera ou mesmo destrói certos hábitos - cravou nesta zona (erógena?) da cidade uma fama noturna. E lascívia.

A Paissandu erótica resiste. Atrás de uma de suas portas a rua refugia hoje um pequeno cinema pornô - um dos últimos da cidade. Não são mais mulheres nem homens de verdade que se despem para realizar os desejos mais secretos dos que passam naquela rua. Por "de verdade" entenda de carne e osso. Estão em telas, nus, explícitos e gemem sem pudor. Não existe um cafetão que cuide do lugar, mas há alguém que troca regularmente, a partir de uma

Fonte: acervo particular

Outras seções mantêm a posição e os padrões gráfico e substancial. Citamos cada um com seus respectivos títulos, sem adentro, por não apresentarem capacidade inventiva que mereça realce. São elas: *Editorial*, que abordou uma reflexão sobre “A certeza de precisar de incertezas”, a partir da indecisão sobre qual seria a melhor capa, a que abordava o tema da *Reportagem* ou da *Entrevista*; *Opinião*, com o artigo “Canção, cultura e mundialização”; *Um outro olhar* com a produção literária de título “Parem de jogar cadáveres na minha porta”; *Crônica* com o texto “Fábula inesquecível”; *Ficção* cujo texto foi intitulado “46”; *Lendas*

*piauienses revisitadas* com “A lenda do índio que virou o bicho”; e *Piauiês* com a palavra “Arribação”.

A coluna *Ademã* anunciou sucintamente sobre festivais de arte que seriam realizados em Teresina sobre fotografia, artes plásticas e produção audiovisual; abordou também sobre feira de quadrinhos realizada também na capital do Piauí; falou sobre convite para a revista participar de evento literário em São Paulo. Além disso, discorreu sobre livro de piauiense que adquirido pelo Governo do Rio de Janeiro para as penitenciárias do estado e sobre o Salão Internacional de Humor do Piauí, seguido de nota sobre outro livro a respeito de Lampião, a qual inicia com a curiosidade sobre a sexualidade do famigerado Virgulino Ferreira. A *Reves Dicas* aparece nessa edição com três livros, um filme, um documentário, uma série e um disco musical, como em outros exemplares, mudando essencialmente os títulos.

#### 4.7.6 Táticas da edição número 3

Na *Revestrés* número 3, de julho/agosto de 2012, edição O. G. Rego de Carvalho, houve uma supervalorização dos temas literatura e música, em virtude da realização do Salão do Livro do Piauí e do Festival de Inverno de Pedro II, respectivamente, ocasiões em que artistas de reconhecimento nacional vêm ao estado para participar desses eventos. Por esse motivo, muitas seções da revista foram tomadas por tais pautas, fazendo com que essa edição tenha obtido pouca abrangência e diversidade temática, diferentemente das demais edições, conforme temos pontuado. Consideramos a ação como do tipo tático, pois se a publicação se apropriou da oportunidade – os eventos anuais voltados para a música e a literatura que ocorrem no estado – em meio a padrões oferecidos e criou uma ação que se desvia do plano maior.

Assim, a abrangência de páginas sobre esses dois temas chegou a muitas seções de visibilidade e importância no impresso. A literatura foi tema da *Homenageado da Edição*, com o piauiense de Oeiras O. G. Rêgo de Carvalho, romancista premiado da Academia Brasileira de Letras e conhecido pela obra *Somos todos inocentes*. Além dessa, a literatura fez três seções de matérias, as quais receberam o nome do evento: *RevesSalipi* com o texto “Literatura de pai para filha”, sobre a convidada do evento literário Sonia Rodrigues, apontando as influências da leitura e do pai, o autor Nelson Rodrigues, na vida da escritora; *RevesSalipi* novamente com a matéria “Pequenos grandes escritores” sobre o concurso Jovens Escritores promovido pelo Salão do Livro; e outra vez *RevesSalipi* é tema e nome de seção nesse número, cuja matéria é intitulada “Cristovão Tezza” e narra a palestra que o escritor deu no evento que dá nome à seção, com descrição de ambiente e enaltecimento da sua obra literária. A literatura também

chega às páginas da *RevesBrasil* com a entrevista “Esse menino sofre dos nervos” ao escritor carioca, que é filho de piauiense e que voltou à cidade de Parnaíba para escrever seu livro mais pessoal.

Enquanto isso, a música foi destaque de capa com a *Reportagem* que traz memórias sobre os efervescentes festivais de música de outrora e a sua decadência hoje no texto “Festivais de música: porque não tem mais arrastão de público?”, mesclado com fotos atuais e antigas sobre os eventos musicais. A *Reportagem* trouxe um panorama sobre a história dos festivais em Teresina, assim, mesmo quem não viveu as décadas em que os festivais eram comuns na cidade, pode encontrar no texto uma visão geral e crítica sobre o tema. O impresso ajuda a construir memórias de como os festivais são encarados na atualidade e rememora, por meio de depoimentos, fotos e jornais antigos, o quanto eles foram prestigiados nos anos 70 e 80, na capital piauiense. A revista expõe opiniões e considerações de músicos sobre os motivos que levaram ao declínio dos festivais e levanta crítica sobre a relação que a música autoral tem nos tempos atuais, ressaltando sua ligação com os festivais e afirmando que a "memória fica curta quando se trata da produção local" (*Revestrés*, p. 31, edição 3, julho/agosto 2012); compara as tendências atuais com as das décadas de 1970 e 1980 e apresentou fotos e publicações de jornais dessas épocas.

Figura 15 - *Revestrés*, p. 32, n. 3, jul/ago. 2012



**Histórias de Festivais**

**N**aquele dia 11 de outubro de 1982, Laurenice se sentia mal: a viagem de avião não tinha sido boa, e a ansiedade aumentava o nervosismo. Completamente justificável: à noite ela cantaria em São Paulo, representando o Piauí no I Festival da Associação dos funcionários do Banco Nacional de Habitação - AFBNH. Laurenice interpretaria "A flor da canção", de Magno Aurélio. Todo o stress e o mal-estar acabaram prejudicando sua apresentação. A candidata esqueceu os versos no meio da canção. "Agi com muita naturalidade. Pedi pra orquestra recomeçar e cantei novamente do início". Neste festival, a música piauiense ficou em 3º lugar entre as melhores do país.

O ocorrido não serviu de desestímulo. No ano seguinte, Laurenice foi mais uma vez representar o Piauí no AFBNH – dessa vez, no Rio de Janeiro. "Lembro que foi nesse festival que eu tive o prazer de assistir e ser assistida por Nara Leão. Essas coisas marcam", relembra a cantora. "Participar de um festival nacional era a porta para se conseguir um contrato com uma grande gravadora. Era um sonho." Sonho que começou quando Laurenice se apresentou pela primeira vez no II Festival Universitário da UFPI, Universidade Federal do Piauí, em 1974. O festival fazia parte da jornada acadêmica, organizado pelo departamento de Artes, e durou quase duas décadas, em várias edições. Entre os universitários que começavam a compor estavam Assis Davis, Rubeni Miranda, Magno Aurélio, Fifi Bezerra e Chagas Vale.

História curiosa é que nesse festival só podiam se inscrever universitários – mas não havia restrição alguma em relação à escolaridade do intérprete. Foi assim que em 1974, o fotógrafo Antonio Quaresma, na época estudante de medicina, inscreveu uma canção para ajudar uma amiga que sequer sabia ler. "Ela tinha uma proposta totalmente

**José Quaresma**

timidez sem sentido entre o cover e o autoral que, sinceramente, não nos interessa nem nos comove. Não escolhemos esse caminho. Fizemos uma homenagem a uma banda que admiramos e tem dado certo", defende-se.

Para o cantor, que assumiu a Último Romance há 7 anos, a produção de música autoral tem passado por um problema cíclico. "Público, músicos, imprensa e casas de shows desinteressadas no autoral", critica. "É muita gente que não quer ser convencida de que aqui tem coisa boa e muita gente cansada de tentar convencer". A Último Romance é apenas uma das muitas bandas que seguem a linha do cover, resgatando músicas de bandas de rock nacional e inglesas.

José Quaresma vê uma necessidade de renovação no cenário da música autoral. "A Validatê está completando 8 anos agora, e não estamos vendo nenhuma outra banda ou grupos fazerem os agito nas calouradas da UFPI, ou organizar eventos com identidade que apresente novidades", declara.

Uma realidade bem diferente do que acontecia nos anos 1970, quando a cidade pulsava com temporadas de shows de artistas piauienses no Teatro 4 de Setembro e produções de pequenas amostras de música, como o Show Piau. Algumas memórias desse tempo são resgatadas através do acervo fotográfico de Arnaldo Albuquerque, idealizador do evento. "Teresina não possui museu da imagem e do som e não guarda nada da sua história musical", critica o publicitário Jorge Riso (filho do Marcos Riso, aquele dos festivais da TV Record) que também ajudou a produzir o show Piau. "Nossos compositores devem estar guardando suas músicas, perdidos, sem ter onde mostrar. A música do Piauí não é só Xenhenhém, é muito maior, mas parece que foi propositalmente esmagada."

**Antonio Quaresma**

▲ Antes do Festival  
Festival Universitário da UFPI  
Ginásio SESC Ilhotas - 1973

▼ Mesa do Juri (mesmo festival)

▲ Anna Miranda e Assis Davis - Festival Universitário  
da UFPI - Ginásio SESC Ilhotas - 1973

Fonte: acervo particular

A maneira como conduz o material leva o leitor a pensar sobre os possíveis motivos que levaram ao declínio dos festivais, bastando, para tanto, refletir sobre a situação hoje. E, embora encontremos limitação ao ambiente da capital do estado, sem abordagem sobre a realidade nas cidades do interior, pois o conteúdo avaliado se restringe ao cenário teresinense, sem analisar a situação geral no Estado, por outro lado, levanta a tematização no âmbito nacional, introduzindo o texto com a história das participações dos artistas, hoje famosos em todo o Brasil, em festivais

marcantes, como o Festival da Record de 1967 ou o Festival Canta Nordeste, realizado pela Globo nos anos 90.

O tema segue, agora se aproveitando da realização do Festival de Inverno de Pedro II e aparece na seção *Ensaio* denominado “Festa no interior”, com fotografias do Festival de Inverno de Pedro II, detalhes das apresentações, camarim dos músicos, cantores famigerados, e o público. *RevesPedroII* é outra seção, cuja matéria “A casa é sua” versa sobre o evento, na perspectiva de como a cidade recebe o evento que já tomou proporções grandiosas com participação de pessoas de muitas regiões do estado e do país. Assim, fala sobre as famílias que hospedam artistas e turistas durante o evento musical que ocorre todo ano na cidade de Pedro II, exaltando o carinho do pedro-segundense e suas histórias de vida relacionadas ao festival. Sobre essa matéria, destacamos a figura abaixo.

Tais táticas geram maneiras de fazer diferentes, contudo, os indícios demonstram que não fogem do eixo de valorização da cultura piauiense, principalmente, a partir do foco em dois grandes eventos de grandes proporções para o estado, muito embora supervalorizar apenas a arte constitua-se uma deficiência no Jornalismo Cultural, como ressalta Basso (2008) e Faro (2007) discutidos no segundo capítulo teórico desse trabalho. A ação que ocorre nessa edição de focalizar em dois temas principais e deixar que eles tomem boa parte do material é pontual, ou seja, não é uma prática comumente empreendida por *Revestrés*, por isso mesmo é que ela é considerada como sendo tática. Mesmo não sendo uma prática recorrente nas publicações da revista, consideramos nociva para o Jornalismo Cultural e, principalmente, para as memórias, que ficam limitadas pela não cobertura e, conseqüente esquecimento de muitas manifestações culturais.

Outra ação tática, mas fora do eixo literatura-música, é utilizar tema totalmente abstrato como em nenhuma outra edição, na seção *Ensaio Fotográfico – final da edição, depois de RevesBrasil e Revesgastronomia*. Conduzido pelo fotógrafo convidado Antonio Quaresma, o ensaio veiculado na edição número 3 faz parte de uma pesquisa visual, que utiliza a sensibilidade para enxergar e fotografar de forma leve, marcante e adequada elementos da natureza, como a “Água, fogo, terra e ar”. Também é astucioso trabalhar a temática esporte na *Destaque*, com “Sarah por Fábio”, em que o treinador descreve o perfil da judoca campeã, em uma nítida valorização dos piauienses de evidência que ultrapassa o próprio estado da federação, além de realçar a temática esporte como poucas vezes o fez. Finalmente, a seção *Opinião*, onde a revista trabalhou comportamento, mas com uma discussão pouco comum na amostra analisada – “Filosofia e psicanálise, um encontro”; e *Um lugar no Piauí* que ocupou duas páginas com imagem feita na BR 343, próximo à cidade de Altos-PI. As *10 Dicas* foram

da jornalista e apresentadora de TV Maia Veloso, logo, enveredaram pelo campo comunicacional, falando de designer gráfico e pauta, portanto, tática por fugir do eixo artístico como foco para as dicas.

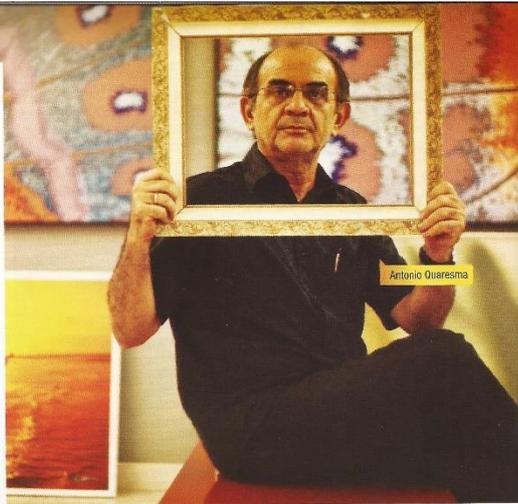
#### 4.7.7 Estratégias da edição número 4

Há, na revista de número 4, setembro/outubro de 2012, edição Mestre Dezinho, uma *Reportagem* chamada “O novo jogo da arte”, cujo tema ganha visibilidade na capa da publicação. A seção traz uma análise sobre o processo de articulação da arte contemporânea, com pontos de vista de uma professora e pesquisadora no assunto, a qual faz jus a um teórico que estuda a perspectiva. Sendo assim, critica abertamente a falta de elementos de valorização da arte, como museus, centros culturais e galerias no Piauí. Além disso, analisa o processo de articulação da arte na atualidade, conduzindo o texto por uma linha um tanto analítica, o que faz com que o leitor compreenda o contexto e faça sua avaliação. Essa prática é uma competência da revista do ponto de vista estratégico, pois avaliação, proposta de reflexão, questionamentos e crítica estão entre as competências de *Revestrés*.

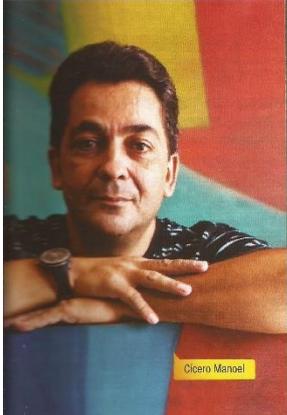
Figura 16 - *Revestrés*, p. 38, n. 4, set/out. 2012

Suas fotografias estão presentes no acervo permanente da Whashington Square Gallery e Photo Gallery, ambas em Nova York, além de acervos particulares de colecionadores na França, Itália, Portugal, Alemanha e Estados Unidos. Mas apesar do extenso currículo, só há poucos meses Quaresma inaugurou seu estúdio e galeria em Teresina, após realizar inúmeras exposições em improvisadas lojas de decoração. "A dificuldade aqui, além da falta de patrocínio, é a falta de espaço adequado. Hoje o espaço tem que ser multimídia, para receber esculturas, performances, etc", comenta. "Há falta de apoio dos órgãos oficiais e também das entidades privadas. Por que não existe galeria particular? Não há suporte nem retorno, pois o que mantém uma galeria são as vendas".

Muitos quadros e painéis assinados por Quaresma ambientam inúmeros espaços de empresas e instituições públicas e privadas em Teresina. A decoração é hoje forte aliada a movimentação do mercado artístico.



Antonio Quaresma



Cicero Manoel

### VIDA E ARTE EM SALÃO OU BIENAL

Na década de 1980, Teresina foi palco de boas edições do Salão Estadual de Artes Plásticas, que servia como espaço de projeção para os artistas, quando a arte contemporânea ainda engatinhava. O artista plástico Cicero Manoel, que participou de diversos salões, sente falta desses espaços. "Muitos artistas visuais importantes que participam atualmente de bienais participaram de salões no início da carreira", comenta.

Para Cicero, o Salão de Artes Municipal apenas resiste, e não cumpre o papel de fomentar as artes visuais na capital. "Tem quase 20 anos de existência, mas não tem a força de similares na Bahia, Pará e outros locais", afirma. "Um salão de arte ajuda a divulgar o lugar onde é realizado, traz pessoas para conhecerem os artistas locais, movimenta a economia e a cultura. É mais barato do que fazer uma bienal que custa milhões e, com todo o meu otimismo, nunca faremos uma no Piauí".

Da mesma opinião sobre os salões compartilha a professora de Artes Pollyanna Jericó, que acredita que mais do que tradição, o que os artistas querem é mostrar seus trabalhos. "Acho que o nome *bienal* é fortemente atrelado ao tradicional", opina. "Não sei se seria ideal a gente adotar um nome que é utilizado desde 1950, quando aconteceu a primeira edição". Além da nomenclatura, alguns questionamentos técnicos e estruturais são feitos pela acadêmica. "Não sei se teríamos o nível tecnológico que uma bienal precisa. Vamos ter dinheiro pra isso? Vamos ter suporte? E visitantes?" pergunta completando em seguida. "Mas é muito importante que o tema seja debatido na rua, na imprensa, porque passa a ter mais presença na vida das pessoas. Vida e arte tem que andar juntas".

### PELAS RUAS DE SÃO PAULO

Até o dia 9 de dezembro estará acontecendo em São Paulo a 30ª edição da Bienal de Arte. Sob o título "A Iminência das Poéticas", o evento conta com mais de 3 mil obras, criadas por 111 artistas – e nem todos fazem parte do mainstream das artes. A maioria, na verdade, é de criadores emergentes, muitos até desconhecidos do público brasileiro. O curador venezuelano, Luis Pérez-Orama disse que o objetivo é "buscar no tempo iminente de nosso mundo, quando se desmoronam todas as certezas, uma via de sobrevivência para a inteligência e a beleza". A outra novidade é que além da exposição principal no Pavilhão da Bienal no Parque Ibirapuera, os trabalhos estão também espalhados pela cidade, em vias públicas como a Avenida Paulista e a Estação da Luz.



A Avenida e a Luz  
Artista: Cicero Manoel - 2012

Fonte: acervo particular

O mesmo texto noticioso traz depoimentos de piauienses reconhecidos internacionalmente pelo trabalho artístico, com avaliações locais comparativas com outros panoramas. Assim, apresenta personagens, que são "artistas piauienses que retratam a fragmentação e a multiplicidade do momento atual da arte. Eles não são nomes surgidos recentemente, mas indicam um aspecto forte da produção atual" (*Revestrés*, p. 34, ano 1, edição 4, setembro/outubro 2012). Através deles, a matéria confronta, de modo calculado, o consumo da arte no Brasil e exterior. Contudo, apesar de ter pensado o contexto geral, com análises, comparações nacionais e internacionais, a revista se mostrou muito focada na situação

teresinense, descartando o interior do Piauí ao ter deixado de relacionar e elencar as dificuldades que poderiam ser percebidas em outros locais do Estado.

O *Editorial* “Da vontade de saber quem somos” desse exemplar conduz a leitura diretamente à *Entrevista* “Afinal, quem somos nós?”, com a professora piauiense Teresinha Queiroz. Nesse espaço, a revista propõe reflexões, levanta questionamentos, mas não coloca respostas nas suas falas, apenas pontos a serem repensados e, cotidianamente, discutidos. Nessa edição, a revista deixa claro no texto de abertura que a equipe saiu da entrevista com a pesquisadora, com muitas perguntas na cabeça, não por arrependimento de não ter indagado, mas porque a entrevistada fez análises profundas rapidamente e provocou reflexões em quem faz o impresso. Por conseguinte, essa inquirição chega ao leitor, estrategicamente, provocando pensamentos a respeito de identidade, História, relação com o mercado, transformações sociais, lazer, Piauí. Logo após a *Entrevista* encontramos o artigo da seção *Opinião* “Não somos todos inocentes”. As três seções têm temas semelhantes e estão situadas, calculadamente, em sequência, uma após a outra.

O exemplar número 4 traz duas seções *RevesMúsica*. Em uma delas, a revista conta a história de um compositor nordestino de música erudita que se mudou de Pernambuco para Teresina e que viu sua obra ganhar o mundo. O texto “A sinfonia de Bethoven” fala dos festivais que o músico já participou e como o seu trabalho ficou conhecido no Brasil e internacionalmente. A outra seção sobre música teve a matéria “Stefhany: absoluta em dose dupla?” fala sobre a nova trajetória da cantora do interior piauiense sobre tecnobrega, que canta ao lado da irmã Ari Loba. Lembra como Stefhany conquistou o sucesso e ganhou fama, através de vídeo na internet, faz analogia a personagens de novelas nacionais, *Cheias de Charme* e *As empreguetes*, cujas histórias de encontram em alguns aspectos. Em seguida, na *RevesBrasil*, a revista entrevista a atriz Titina Medeiros, que interpreta a piauiense Socorro na novela *Cheias de Charme*, com o título “Conversa de Curica”, sobre curiosidades da novela, gravações no Piauí.

O *Ensaio Fotográfico* “Piauí” exhibe imagens esplendorosas de lugares no Piauí, valorizando, outra vez, o que há de bom no estado e dando motivos para o piauiense honrar a sua cultura, a sua terra pelas suas belezas. Piauiensidade, identidade e valorização também se estendem para a seção *Um lugar no Piauí*, que nesta edição expõe a “Ponte Estadiada, Teresina-PI”, assim como à *Piauiês* com ilustração e significado de licute, termo reconhecidamente do linguajar local. O *Homenageado da Edição*, Mestre Dezinho, também é abordado como um piauiense que dignifica a cultura piauiense por ser o precursor da arte santeira no estado.

*RevesGastronomia* também segue essa linha, com matéria sobre o tradicional e conhecido pão de queijo do seu Cornélio, com o título “Tem pão de queijo saindo agora!”.

*Destaque* traz o perfil do instrumentista Colombo pelo publicitário George Mendes, que se diz apaixonado por música. Na *Opinião* tem artigo sobre “A língua nossa de cada dia”, enquanto na coluna *As 10 dicas* encontramos novamente dicas de dois livros, programa de TV, site de fotografias, exposição e disco musical. *RevesDicas* também se apresenta como de costume, com notas sobre manifestações artísticas e culturais sugeridas por um convidado; *Lendas piauienses revisitadas* segue no mesmo formato, nessa edição com o texto “A velha, o garrafeiro e o pé de garrafa”; e a *Crônica* com “Minha casa”.

#### 4.7.8 Táticas da edição número 4

Identificamos alguns aspectos táticos na revista número 4, de setembro/outubro de 2012, edição Mestre Dezinho. A matéria da seção *RevesInternet* – “Humor.com” – está assim considerada por tratar sobre tecnologias, internet, novidades e curiosidades. Outras seções em que verificamos ação astuta se dá porque *Ficção* está diferente nesse número, com poesia e ilustração que sugere uma estória; e *Um outro olhar* que apresenta três poesias: “Potro”, “Nuvem” e “Incêndio”. O *Ensaio fotográfico* é visto também sob o ponto de vista tático por ter sido exposto no final da revista por um convidado, ao invés de um profissional que compõe a equipe da revista. Semelhantemente, em *RevesMinas* a matéria “Poetas alpinistas” foi escrita de Belo Horizonte por colaborador convidado, e, nesse aspecto, constitui-se tática. A matéria é sobre o viaduto da capital mineira que liga o Centro aos bairros boêmios e conta a história das primeiras pichações até chegar ao ponto que está hoje. Segundo o texto, Carlos Drummond de Andrade foi o primeiro a interagir com o monumento urbano. Também consideramos astuto o não aparecimento da coluna *Ademã* presente em quase todos os exemplares com notas, em sua maioria sobre assuntos factuais relacionados às manifestações artísticas.

#### 4.7.9 Estratégias da edição número 5

A última *Reportagem* do ano de 2012 (número 5, novembro/dezembro, edição Torquato Neto) se refere à moradia e seus aspectos culturais carregados na discussão de “A nossa casa”. Em três boxes ao longo da matéria, a revista elenca itens comuns nas casas dos piauienses, como a rede, tamborete, cadeira de espaguete, cuscuzeira. Com a lista, feita com ajuda de arquitetos, *Revestrés* mostra itens identitários e habituais de moradia do estado. Considerando

a arquitetura discutida no texto em questão, *Revestrés* trabalha estrategicamente e ajuda a construir memórias sobre a cultura piauiense ao apresentar uma percepção de moradia como aspecto cultural, ponderando sobre o costume piauiense das rodas de conversas nas calçadas e criticando seu sumiço nos dias de hoje por causa da violência urbana. Além de explorar de forma satisfatória as questões culturais relacionadas ao tema, o texto critica a exploração mobiliária do nosso tempo, assim como os modelos de arquitetura copiadas de outras regiões sem considerar os aspectos climáticos e as identidades regionais.

Figura 17 – *Revestrés*, p. 39, n. 5, set/out. 2012

“  
**A GENTE DESAPRENDEU A VIVER POR CONTA DE UM TIPO DE ARQUITETURA QUE VEM SENDO IMPLANTADA E VENDIDA COMO BACANA.**  
 ÁUREO TUPINAMBÁ”

jirau na cozinha”, comenta Áureo. Quase sempre recolhida a último cômodo, a cozinha da casa urbana de antigamente praticamente não se diferenciava daquela presente nas casas de fazendas. Segundo o arquiteto Olavo Pereira, no livro *Carnaíba, Pedra e Barro na Capitania de São José do Piauí*, obra em três volumes que faz um levantamento das construções urbanas e rurais piauienses entre os séculos XVIII e XX, o ecletismo introduziu a cozinha fechada nas casas, mas a novidade demorou para substituir a cozinha de quintal. “Em parte visto que o pequeno fogão de ferro a carvão não oferecia maiores vantagens às trempes e chapas em telheiros abertos e espaçosos. Por isso muitas casas do começo do século preservaram a cozinha tradicional nos quintais, só definitivamente abandonadas quando consolidado o abastecimento de gás butano engarrafado”.

Por um tempo as cozinhas foram desprestigiadas em apartamentos minúsculos, mas o conceito do espaço amplo e de convivência vem sendo retomado com sofisticação e tecnologia. “Acho que ela ainda funciona como ponto de encontro, um dos espaços mais antigos e importantes na arquitetura residencial hoje tem sido retomado com as cozinhas gourmet”, diz Áureo.

“O piauiense é sociável, acolhedor, e essas características deveriam estar presentes no lugar em que ele mora”, defende Áureo. “A calçada, por exemplo, já foi parte importante da casa, porque era o local das rodas de conversa com o vizinho, e isso foi sumindo radicalmente”. O espaço e costume sumiram da paisagem urbana muito em função da violência e do ritmo de vida prático dos anos 2000. “Se a gente andar pelas ruas do Jockey, por exemplo, não se vê mais fachadas e sim um desfile de muros”, diz Vasconcellos.

**TEMLÁ! EM CASA!**

A Revestrés pediu à dupla de arquitetos Áureo Tupinambá e João Gabriel Galvão que fizessem uma seleção de itens fáceis de se encontrar na casa do piauiense. O resultado foi essa lista com a qual nos identificamos ou relembramos hábitos gostosos da moradia. E você, tem algum desses em casa?

**REDE**

Uma herança indígena que não falta na varanda ou quarto do piauiense. Coloridas, com franjas, rendadas, de corda ou algodão, elas transmitem aconchego ao ambiente. E o espaço da preguiça e tem a vantagem de ser mais fresca que a cama.

**TAMBORETE**

Prático, útil e versátil, é uma peça coringa na decoração: é assento, vira mesa, escada, instalação, pode servir de criado-mudo e serve pra pôr mais um lugar à mesa se chegar alguém de surpresa para o almoço.

**COBOGÓ**

Elemento 100% nacional, tornou-se a melhor opção em ventilação natural. Seu nome é composto das iniciais dos sobrenomes dos três engenheiros que o idealizaram. São boas divisórias e conseguem belos efeitos de sombra e luz nos espaços. Seus blocos vazados, inicialmente feitos de cimento, são atualmente encontrados em diversos materiais como vidro, madeira, cerâmica e até porcelana.



Fonte: acervo particular

A *Reportagem* reflete sobre os 'guetos' urbanos, 'apertamentos' e sua supervalorização com o surgimento de um novo mercado, especialmente, para os designers de interiores, bem como analisou criticamente o déficit habitacional e as construções de conjuntos padronizados e isolados de grandes centros. A revista contextualiza o tema, citando uma obra de três volumes de teórico do ramo para ampliar a discussão mesclada a opiniões de profissionais. Além de ter tocado na exploração imobiliária, a edição contextualiza a discussão conduzindo para a sustentabilidade e compara as casas tradicionais de fazendas de antigamente com as da atualidade. O texto também destaca um panorama de valores piauienses e comparou com outras capitais do Nordeste, a exemplo de Fortaleza.

Na mesma edição a *Entrevista* “O Mundo (fantástico, mas também crítico) de Luizão Paiva” fala do pianista piauiense que já ganhou prestígio nacional, com trilha em novela brasileira e em lugares dos Estados Unidos e Europa. A revista demonstra de forma clara que aplaude essas personagens piauienses, que com talento e força se destacam mundo afora. Em continuidade com a estratégia de valorização da cultura piauiense, temos nesse exemplar as seções *RevesGastronomia*, com a matéria “O homem que cozinhava” sobre a história de um personagem teresinense que cozinha o famoso arrumadinho, um prato típico de arroz Maria Isabel, com carne e vinagrete, característico pela simplicidade e preço baixo. Do mesmo modo, a *Piauiês*, com a palavra ‘escangotada’, a revista valoriza os aspectos que identificam os piauienses, especialmente pelo linguajar, tornando-o conhecido e estimado. *Um lugar no Piauí* também é uma seção com o mesmo objetivo, dessa vez, retratou a famigerada Procissão do Fogaréu, que ocorre anualmente em Oeiras, a primeira capital do Piauí também conhecida como Capital da Fé durante o período da Semana Santa.

A edição também exalta a cultura nordestina com uma sequência de conteúdo sobre Luís Gonzaga. Primeiro, em *RevesRádio*, a matéria “Luiz com muito cartaz” conta sobre o programa radiofônico que, há seis anos, destaca músicas do rei do baião. Nas páginas que seguem, o impresso dispõe, em *RevesMúsica*, o texto jornalístico sobre os “Amigos da sanfona”, que se reúnem semanalmente para prestigiar cantigas de Luís Gonzaga, no Bar do Peninha, situado na região popular do Grande Dirceu. E as estratégias de valorização do Nordeste continuam em *RevesBrasil*, com “Lua chegou”, que trata do filme *Gonzaga – De pai para filho*, através da história de Chambinho do Acordeon, que interpreta o rei do baião no longa. Antes de entrevistá-lo sobre o filme, o forró pé-de-serra, autêntico nordestino, e sobre Luís Gonzaga, *Revestrés*

destaca que Chaminho teve parte de sua infância vivida em Jaicós, no interior do Piauí, onde aprendeu a tocar sanfona com o avô, antes de retornar para São Paulo.

Figura 18 – *Revestrés*, p. 60, n. 5, set/out. 2012



**BRASILZERT**

## ★ LUA CHEGOU!

Ele aprendeu a tocar sanfona no Piauí e nunca tinha atuado, mas venceu 5 mil candidatos a intérpretes de Luiz Gonzaga e agora revive o rei do baião no filme **Gonzaga – De pai para filho**.

**“**Ivete Sangalo me segue no Twitter! Kkkkkkkkkk”. A frase, no Facebook de Chaminho do Acordeon, 32 anos, dá a dimensão de sua simplicidade e espanto com o recente sucesso. Ele nasceu Nivaldo Expedito de Carvalho, em São Paulo. Aos oito anos mudou-se com a família para Jaicós, interior do Piauí, onde aprendeu a tocar sanfona com o avô, Zezinho Barbosa. Aos 11 anos o menino Nivaldo retorna para São Paulo, mas, segundo conta, nunca se desapegou do gosto pelo autêntico forró nordestino.

Aos 16 anos, começando a tocar nas noites paulistas, ganhou o apelido de “Chaminho”, atribuído por um amigo de banda. “Eu adorava esse jogurte”, explica. O músico afirma que passou por momentos difíceis. A sanfona parecia desvalorizada, então ele aprendeu a tocar teclado e participou de pequenas bandas de samba e pagode.

Quando o chamado “forró universitário” começou a despontar, no início dos anos 2000, a sanfona entrou na moda e Chaminho, muito requisitado para tocar o instrumento, passou a ser o Chaminho do Acordeon. É esse o nome que está nos cartazes do filme *Gonzaga – de Pai para Filho*, de Breno Silveira (o mesmo de *2 Filhos de Francisco*). O

filme sobre Luiz Gonzaga e sua conturbada relação com o filho, Gonzaguinha, está entre as mais comentadas homenagens ao rei do baião no ano do centenário de seu nascimento (13 de dezembro de 1902).

Em busca de quem pudesse interpretar o rei do baião, Breno Silveira colocou anúncios nas rádios do Nordeste. Apareceram mais candidatos do que o diretor supunha: 5 mil inscritos. Entre eles, Chaminho, que interpreta Luiz Gonzaga na vida adulta e no auge da carreira.

Ainda no Facebook, Chaminho se apresenta como “sanfoneiro nascido em São Paulo e piauiense por devoção e coração!”. Na mesma rede social, outra postagem do músico afirma: “É engraçado! Falo tanto do Piauí e até agora não houve sequer um contato pra show. Até o Maranhão já pediu orçamento! O que acontece?”.

Com residência em São Bernardo do Campo, São Paulo, e percorrendo o Brasil na divulgação do filme, assediado por fãs e tirando fotos ao lado de famosos – “Tem momentos que fico na dúvida do quanto tudo isso é real” – o simpático Chaminho, entre um compromisso e outro, bateu um papo com a *Revestrés*.

POR SAMÁRIA ANDRADE FOTOS DIVULGAÇÃO

Fonte: acervo particular

O tema de Luís Gonzaga chegou também em *Ademã* com uma nota sobre o espetáculo *Cantata Gonzaguiana*, que junta o humorista João Cláudio Moreno, o maestro Aurélio Mello e a Orquestra Sinfônica de Teresina em apresentações em turnê. O tema aparece também na seção

*Opinião*, com o artigo “Gonzaga, o Trovador do Sertão”, nas primeiras páginas do impresso, logo após a *Entrevista*, onde a seção se situa normalmente.

#### 4.7.10 Táticas da edição número 5

Logo nas primeiras páginas de *Revestrés* número 5, de novembro/dezembro de 2012, edição Torquato Neto, notamos uma intervenção do impresso com vistas a transformá-la em favorável para o impresso. Acontece com a divulgação da premiação que a revista recebeu com a matéria “A casa é sua”, da edição número 3, de julho/agosto de 2012, de nome O. G. Rego de Carvalho. O Prêmio Piauí de Reportagem é uma iniciativa do Governo do Estado com a finalidade de valorizar, por meio de avaliação e premiação, as produções jornalísticas que versam sobre o estado, suas potencialidades ou piauiensidades. Com essa tática a revista transforma o espaço para publicação da cultura na própria divulgação, colocando-se como um veículo midiático que trabalha a cultura, com abrangência principal para o Piauí.

Exclusivamente nessa edição, o *Homenageado da Edição*, Torquato Neto, foi manchete de capa, ganhando mais que o espaço de quatro laudas de imagens e pequeno texto geralmente concedido à seção, e chegando a uma matéria de oito laudas, “Ai de nós, Copacabana”, que oferece “roteiro afetivo do piauiense Torquato Neto pelas ruas do Rio de Janeiro, cidade onde morou entre 1962 e 1972, ano de sua morte” (*Revestrés*, p. 24, número 5, novembro/dezembro de 2012). Por meio de colaboradora acompanhada do jornalista biógrafo de Torquato Neto, Toninho Vaz, a revista percorreu, 40 anos depois da última noite de vida do escritor, os pontos mais frequentados por ele no Rio de Janeiro, ressaltando memórias afetivas sobre o roteiro afetivo do poeta e compositor de letras de músicas de sucesso cantadas por Caetano Veloso, Gilberto Gil, Jards Macalé, Edu Lobo e Luís Melodia. O texto é romântico, emotivo, mnemônico, valorativo e tem a proposta de registrar nas memórias por meio do suporte jornalístico o quão marcante foi Torquato, como uma forma de orgulho para o Piauí, conforme evidencia o trecho destacado abaixo:

Torquato Neto era um pronome pessoal intransferível, como fez questão de escrever. O piauiense, que nasceu em um dia (9 de novembro de 1944) e morreu no seguinte (10 de novembro), apenas 28 anos depois, desfolhou a bandeira do Brasil. Foi um pouco baiano. E muito carioca. No mapa do poeta, cabia tanto Pacatuba, a rua São João no Barroco e o Parnaíba passando, quanto Tijuca, a Cinelândia, Copacabana e suas curvas (*Revestrés*, p. 24, número 5, novembro/dezembro de 2012).



Fonte: acervo particular

A seção *Ensaio Fotográfico* número 5 veio com o título “Instaddah” em uma referência ao Instagram. Produzido por um convidado, pode ser considerada uma ação do tipo tática por usar no impresso as fotos publicadas na internet, uma maneira de alinhar-se à modernidade, cibercultura, gerando maneiras diferentes e inventivas do fazer jornalístico impresso. A seção veio situada nas páginas finais do impresso, próximo às *Lendas Piauienses*, *Ficção* e *Destaque*. Outro aspecto que torna a editoria particular em relação ao plano estabelecido diz respeito à localização, no final da revista, depois da seção *RevesGastronomia*, ao invés de se situar entre o início e o meio, após as seções *Opinião* e antes da *Reportagem* como ocorre comumente entre os 22 exemplares da amostra da nossa pesquisa.

#### 4.7.11 Estratégias da edição número 6

O *Editorial* número 6, de janeiro/fevereiro de 2013, edição Fontes Ibiapina, antecipa: “Dessa vez, Revestrés foi longe demais”. No sentido geográfico, a revista foi a São Raimundo Nonato, no Sul do Piauí, conversar com Niéde Guidon; a Buenos Aires, na Argentina, passear pela capital mundial do livro, viagem expressa em “Um país se faz com hombres e libros”; e ao mundo no *Ensaio* “Destinos”, feito por um convidado. No sentido temporal, a revista, por meio da *Crônica* “Um homem resolvido”, percorreu as memórias para resgatar Possidônio Queiroz;

retornou a um passado recente para recordar a história do samba no estado, na matéria de título “Samba nosso, samba quente” da seção *RevesMúsica*. Enfim, a revista foi longe também na perspectiva do conteúdo, segundo ela mesma, “sem barreiras, nem bairrismos e cuja ideia de limite é sempre empurrada *un bocadito mas* para acolá” (*Revestrés*, p. 4, janeiro/fevereiro de 2013. *Grifos do autor*).

Merece expansão analítica a *Entrevista* pela visibilidade que recebe na capa e nas 11 páginas da seção. O conteúdo borda, dentro do título “Niéde Guidon: o primitivo tempo em que vivemos”, reflexão com Niéde Guidon, pesquisadora brasileira, paulista, mas que morou por muito tempo na França, antes de se mudar para a região Sul do Piauí, lugar onde desenvolve e coordena um trabalho de pesquisa arqueológica, com descobertas que embatem com as teorias até então aceitas, desdobrando ações que mexem com as estruturas de um estado ainda colonialista, na opinião da entrevistada. Ela reconhece o potencial do Piauí para se desenvolver a partir do turismo, mas também lastima a falta apoio e investimento dos Governos nas esferas federal e estadual. Percebemos o interesse do veículo midiático em trabalhar estrategicamente temáticas e pessoas que, de algum modo ou de maneira exemplar, contribuíram e continuam a fazer pelo estado, que aparenta, pelos olhares da revista especializada, ter tantas singularidades culturais, ao passo que não tem muitas políticas públicas voltadas para a valorização de manifestações artísticas típicas de sociedades tradicionalistas. E é assim que a revista vai construindo os indícios que ficarão para as memórias coletivas do estado.

De outro modo, Fontes Ibiapina dá nome à publicação e recebe tributo na seção *Homenageado da Edição*. A estratégia continua em reconhecer a dedicação de piauienses que contribuíram com a cultura do estado, através do seu trabalho, no caso do piauiense de Picos, a publicação de livros, cujo regionalismo preservava, tornando-se membro da Academia Piauiense de Letras e primeiro presidente da Academia Parnaibana de Letras. E para trabalhar o plano estratégico de revista piauiense, com visibilidade para manifestações culturais brasileiras e também de outros países, o periódico publicou a matéria “Um país se faz com homens e libros”, como um passeio por Buenos Aires, considerada a Capital Mundial do Livro.

No processo de definição de estratégias da revista, encontramos conteúdos que indicam a forma de pensar a cultura como sendo também costumes, tradições, inovações e formas de viver, como indica a seção *RevesComportamento*. Na matéria “O som do busão” a equipe de profissionais do periódico entrou em um dos ônibus que circulam em Teresina para descobrir o que as pessoas escutam enquanto fazem seus percursos diários, que geralmente tem na música um recurso para encurtar distâncias. De forma leve e curiosa, o texto envolve o leitor e dá espaço para que crie identificações com os entrevistados da notícia. A matéria da

*RevesGastronomia* também é usada como recurso que favorece a publicação. Nessa edição número 6, o texto fala da Tradição do Suco do Abrahão, “Onde coca-cola não tem vez”.

#### 4.7.12 Táticas da edição número 6

Algumas seções são consideradas táticas nesse exemplar de número 6 por se apresentarem com características diferentes das outras edições, seja com relação ao número de páginas que ocupou, como *Um lugar no Piauí*, que teve fotografia de barco, feita no Porto das Barcas, litoral do Piauí, em duas laudas unicamente nessa edição, enquanto nas outras 21 revistas avaliadas, a seção ocupa apenas uma lauda; seja pelo material que serviu à seção, como em *Um outro olhar*, que teve duas poesias, “Nihil” e “Sem solução”, e geralmente expõe uma; seja, ainda, pela ausência de outras, como a *Ademã* que não foi apresentada nesse número.

As circunstâncias dessa edição levaram à transformação de uma seção, pelo menos no que se refere ao nome e à abrangência da temática. A *RevesBrasil*, no exemplar número 6, se transformou em *RevesMundo* para dar conta do conteúdo discutido sob o título “Muito além do futebol: comunicação, jornalismo e TV. O Brasil tem muito a discutir com a Argentina”, com o pesquisador em comunicação na América Latina, Martín Becerra. A ação demonstra também uma preocupação do impresso em pensar a comunicação e o jornalismo, muito além das fronteiras geográficas do estado do Piauí. A mesma publicação propõe pensar também sobre práticas comportamentais, partindo de uma preocupação que é comum na sociedade: com o futuro. Então, a *Reportagem* aborda, no texto “Como será o amanhã?”, especialistas e pessoas comuns para refletir sobre o assunto na busca por compreendê-lo. Entendemos tal prática como uma maneira de se diferenciar no fazer jornalístico piauiense, uma ação pontual, por isso invenção do tipo tático, portanto, outra astúcia em relação ao conteúdo publicado.

Figura 20 – *Revestrés*, P. 32, n. 6, jan/fev. 2013

### A cartomante

Desde o início da civilização o homem tem a necessidade de tentar prever o que irá acontecer com o seu futuro e com o de sua sociedade. Aquele grupo que conseguia antever, por exemplo, que o ano seguinte seria chuvoso tinha, pelo menos hipoteticamente, certa vantagem sobre os demais - com certeza, isso ajudaria na agricultura ou na caça.

Curandeiros, bruxos, videntes, charlatães e tantos outros surgiram para realizar essa árdua tarefa de prever o futuro com o uso de cartas de tarô, borras de café, búzios, posição dos astros em relação ao signo do "cliente" e outros métodos.

Batemos no portão e quem abre é ela mesma, vestida de branco, cabelos arrumados, batom nos lábios e um óculos de grau cujas lentes já viram muitos destinos diferentes nas cartas do tarô. Rodriga Ramalho, ou Dona Rodriga, para os clientes colecionados ao longo dos 50 anos atuando em Teresina como taróloga.

A paraibana veio para Teresina na década de 50 e começou suas previsões de futuros através das cartas. "As cartas não mentem", garante ela, que começou na leitura do baralho comum - que utiliza recursos da numerologia - e só depois passou a estudar o tarô com o qual hoje trabalha: o tarô cabalístico e dos anjos.

É ali, num pequeno espaço com antessala de espera, decorado com imagens místicas e cartazes de "Aguarde sua vez" e "Não é permitido crianças nesse local", que Rodriga recebe seus clientes, todas as tardes, de segunda a sábado. A demanda aumenta sobretudo nos meses de novembro, dezembro e janeiro, quando costuma atender, em média, 15 a 20 clientes por dia. "As pessoas são carentes de um conselho, uma palavra", afirma. "Tem gente que liga no meu celular de noite e diz 'dona Rodriga aconteceu isso e isso e isso comigo. Me diga alguma coisa senão eu nem consigo dormir'".

Para ela, o destino de cada um vem traçado desde o seu nascimento, mas nesse caminho há possibilidades de alterações e eventualidades, como a sorte. "Não somos fiéis para nós mesmo, então influímos muito nas linhas do destino". Saber onde e em que podemos atuar para prevenir ou realizar certas coisas são os interesses mais frequentes de quem procura seus serviços. Trabalho, família, estudo e doença. São esses os campos de maior dúvida das pessoas que a procuram. "Há clientes que querem saber se certos investimentos vão prosperar, querem resolver atritos familiares, estudantes ansiosos para passar em concursos e pessoas procurando expectativa de vida sobre certas doenças".



**HÁ CLIENTES QUE QUEREM SABER SE CERTOS INVESTIMENTOS VÃO PROSPERAR, QUEREM RESOLVER ATRITOS FAMILIARES, ESTUDANTES ANSIOSOS PARA PASSAR EM CONCURSOS E PESSOAS PROCURANDO EXPECTATIVA DE VIDA SOBRE CERTAS DOENÇAS**

DONA RODRIGA, TARÓLOGA

Segundo Rodriga, as cartas revelam, inclusive, se o acontecimento será inevitável. "Na maioria das vezes, eu consigo ver a notícia e o conselho de como a pessoa deve agir, o que deve evitar, por exemplo", explica. "Mas em outras, há previsões bem específicas, anunciando o que vai acontecer, quando,

Fonte: acervo particular

#### 4.7.13 Estratégias da edição número 7

Estrategicamente, o *Editorial* da revista número 7, de março/abril de 2013, edição Guilherme Muller, aborda a mesma temática da capa e da *Reportagem* "Cadê a cultura que estava aqui?". Ao colocar no título do texto que expõe a ideia do veículo de comunicação "Sim, mas cadê mesmo?", o periódico corrobora, mantêm, ratifica com o que é tematizado na revista, desde a capa, deixando claro que a abordagem informativa e interpretativa da pauta principal condiz com a opinião do veículo. O assunto está também em artigo de opinião "Políticas

públicas de cultura: Brasil e Piauí entre heranças e mudanças” e em matéria da seção *RevesCultura*, “Eu quero passar!”, que fala sobre as leis de incentivo à cultura e os critérios para aprovar projetos. As duas seções estão situadas nas páginas que estão logo após a *Reportagem*.

Focada na realidade cultural de Teresina, a *Reportagem* de capa “Cadê a cultura que estava aqui?” rememora eventos culturais de prestígio que não acontecem mais, migraram para outras cidades. Segundo o formato jornalístico, o motivo seria a falta de recursos, de espaço e de apoio. A estratégia é trabalhar o assunto de forma crítica, passando por cada manifestação de arte – a dança, artes plásticas, teatro, música, literatura. Até mesmo quando expõe as falas das fontes oficiais, como os presidentes da, à época, Fundação de Cultura do Piauí e da Fundação Municipal de Cultura Monsenhor Chaves, a revista mantém o modo de abordagem, conduzindo o leitor a pensar sobre a real situação de “abandono”, com as aspas da própria revista. Na mesma seção, a revista divulga os resultados de uma enquete realizada nas redes sociais de *Revestrés* sobre o que falta para melhorar a arte e a cultura em Teresina, listando dez pontos mais citados pelos internautas e leitores do impresso. Tal ação também é vista como estratégica, pois parte da própria revista, em uma busca de interação com o leitor para dar mais peso ao material polêmico divulgado, por ir além de opiniões de produtores culturais e de gestores.

Figura 21 – *Revestrés*, p. 47, n. 7, mar/abr. 2013

e vestimenta cênica do teatro, que aguarda agora a licitação das empresas que devem prestar esses serviços. Uma previsão otimista, diga-se, uma vez que os geralmente demorados processos de licitação ainda não foram iniciados.

Para a direção do teatro, a reabertura da casa representa o retorno de Teresina ao circuito nacional de apresentações. "Agora que nós começamos a receber pautas novamente. Muitos produtores estavam pulando Teresina, iam para Fortaleza e Maranhão, sem passar por aqui, porque sabiam das condições do teatro".

Fechado, o teatro deixou um vazio não só nas programações teatrais da cidade, mas também nas apresentações musicais. Com a reabertura do 4 de Setembro, dois grandes projetos de circulação nacional da música brasileira podem voltar a passar por Teresina: o Seis e Meia e o Pinguinha.

## Enquete

Revestrés perguntou nas redes sociais o que falta para melhorar a arte e a cultura em Teresina. Nossos leitores soltaram o verbo. Destacamos aqui os 10 pontos mais citados:

- 1 Interesse da iniciativa privada e do poder público
- 2 Um grande centro cultural
- 3 Museu ou galeria para exposição de arte
- 4 Divulgação da cultura local na mídia (internet, televisão, revistas)
- 5 Cursos para formação artística
- 6 Formação de plateia para as artes e cultura – que comece na educação escolar
- 7 Discurso especializado sobre artes visuais
- 8 Espaço para crítica de arte nos jornais
- 9 Profissionais capacitados para ocupar os espaços de arte e cultura
- 10 Livrarias com mais opções de títulos disponíveis

twitter.com/@deresestras

Fonte: acervo particular

A *Entrevista* com o documentarista piauiense “Douglas Machado: Nem Deus nem o Diabo na terra do sol” segue a linha de criticismo da revista. Recorda o primeiro longa-metragem produzido no Piauí pelo entrevistado e cita outros filmes de sua autoria e de outros cineastas piauienses a título de contextualização, depois segue com a entrevista pelos profissionais da revista e pelo convidado. A estratégia também aparece quando a revista faz análise do jornalismo por meio de uma fonte. É o que ocorre no material da seção dessa edição. Há uma avaliação crítica do Jornalismo Cultural de hoje presente na fala do entrevistado instigada pelos entrevistadores e uma alegação de que falta opinião apurada, tempo para investigação seguida da escrita. A análise sobre a mídia continua na seção *RevesBrasil*. No

texto e entrevista junto a um pesquisador e professor de Comunicação sobre os “15 segundos de fama”, a revista fala das novas celebridades no ambiente da internet e sobre TV.

A revista trabalha também com o tema cidades de forma leve e ao mesmo tempo curiosa, a partir de personagens que são distintas pelas suas feituas, capazes, às vezes, de modificar o cenário urbano. Assim, nessa edição, *Revestrés* expõe “A mulher das frases”, autora da intervenção à parede de concreto de mais de 500 metros de extensão, situado na rua da entrevistada, em um bairro popular de Teresina. A matéria da seção *RevesUrbana* conta a história da dona de casa que começou a escrever frases no muro, ainda em 2002, transformando-o em mural para a artista, como é tratada com reverência pelo impresso. Com isso, fica clara a estratégia de reconhecer muitas formas de arte e valorizar seus produtores. Isso também se dá na *Homenageado da edição* que expõe os trabalhos do fotógrafo piauiense Guilherme Muller, conhecido por muitos registros que fez de Teresina, os quais ajudam a recontar histórias e recordar costumes de gerações anteriores ao nosso tempo.

#### 4.7.14 Táticas da edição número 7

A *Revestrés* número 7, de março/abril de 2013, edição Guilherme Muller, é vista também como especial do ponto de vista tático, porque é comemorativa – ela marca o início do segundo ano da revista. Logo, apresenta seções particulares e únicas, substituindo outras clássicas, que marcaram seu plano estratégico ao longo desses quatro anos de publicação bimestral, como *Ensaio*. Notamos e apontamos acima outra peculiaridade desse número: a capa, que apresenta elementos diferenciados, sem chamadas secundárias, apenas a que questiona acerca dos pontos de cultura de Teresina sob um plano branco, conforme já avaliamos. Mais uma característica que diferencia esse exemplar dos outros diz respeito à exposição da intervenção urbana que a revista recomendou a artistas gráficos locais. Foi proposto que eles expressassem por meio da sua arte a relação de *Revestrés* com a cidade e o resultado está exposto em seis laudas de fotografias legendadas dentro do título “Revestrés: já pra rua!”, uma prática inventiva que se apropriou dos sistemas em favor próprio, conseguindo conteúdo para o exemplar, autopromovendo-se, e fazendo divulgação e propaganda de forma inovadora.

Figura 22 – *Revestrés*, p. 70, n. 7, mar/abr. 2013

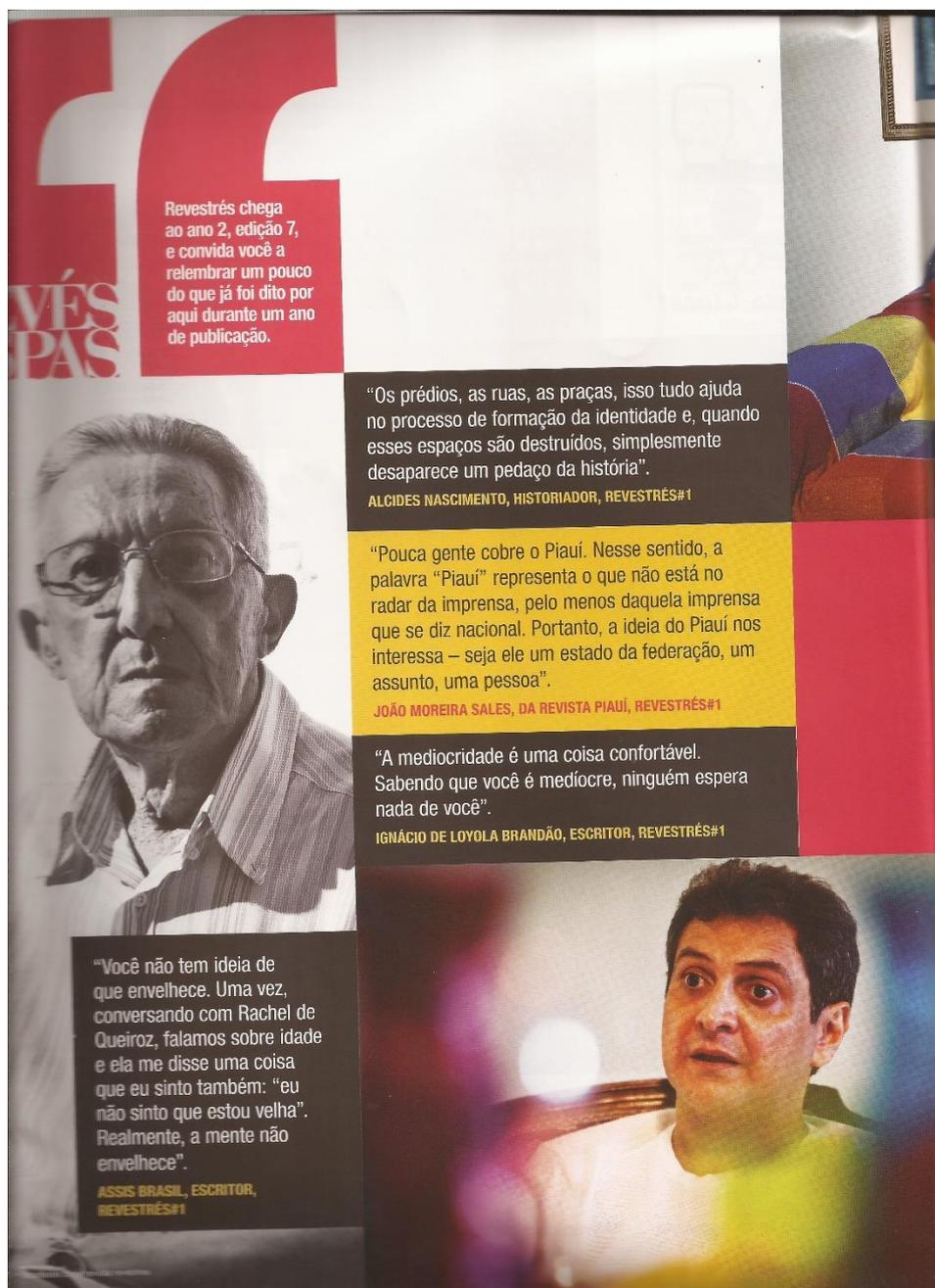


Fonte: acervo particular

Nessa primeira edição do ano 2, a revista faz uma retrospectiva sobre o primeiro ano de publicação sob o título "RevesAspas". Nesse espaço, *Revestrés* expõe falas dos seis entrevistados da seção principal, citações de personagens de matérias, lembrando o número em que cada uma foi publicada. Além de se constituir uma tática usada com o objetivo de se autoafirmar como um Jornalismo Cultural de qualidade, a ação evidencia a memória de si, debatida nos capítulos anteriores, a qual entende que o jornalismo é um lugar de memória da

sociedade, mas é também memória de si mesmo e, quando usa a si próprio como fonte, esse recurso fica evidenciado. Foi o que o periódico fez nessa edição.

Figura 23 – *Revestrés*, p. 8, n. 7, mar/abr. 2013



Fonte: acervo particular

A seção *RevesMúsica* dessa edição também se constitui tática, pois trabalha a história de um quarteto musical produzido pelo piauiense Benjamim Santos, a partir de duas cartas: uma que ele mandou, a pedido da própria revista, para as quatro cantoras, que fariam show em

Teresina; e outras duas que elas responderam, após 40 anos depois da produção do show que impulsionou a carreira delas. Nesse exemplar encontram-se, ainda, três artigos, contrário ao que habitualmente é visto. Os dois primeiros estão seguidos nas duas seções *Opinião* com os títulos "Espelho, espelho meu, existe alguém mais visível do que eu?" e "Educomunicação: o uso dos meios de comunicação na sala de aula", localizados após a *Entrevista*; e o terceiro após a *Reportagem*, com assunto que condiz com a capa, como já foi retratado "Políticas públicas de cultura: Brasil e Piauí entre heranças e mudanças". A astúcia aqui se apresenta unicamente pelo volume de textos opinativos que excede o comum e foge do planejamento estratégico da revista, com um a mais fora das duas seções *Opinião* e em local distante desta.

#### 4.7.15 Estratégias da edição número 8

O exemplar número 8, junho de 2013, edição Elvira Raulino mostra uma *Revestrés* com textos de vários locais, como Minas Gerais, em *RevesVisita*, cuja matéria tem o título "Um dia em Inhotim é assim", sobre museu a céu aberto; e em *RevesVinil* no texto "We can heroes" sobre colecionador de vinil da capital Belo Horizonte. O mesmo tema também foi matéria em Teresina intitulada "Histórias de colecionador". Também tem material sobre Maranhão, uma entrevista com o cantor Zeca Baleiro – "É um Baleiro!" – na seção *RevesBrasil*. Na *Entrevista*, "O Cabeça de Cuia contemporâneo", o subtítulo já avisa que o personagem nasceu em Teresina, mas não é do Piauí. Trata-se de um coreógrafo e bailarino que morou fora do país por muito tempo e que analisa a cidade, as produções artísticas e os mercados econômicos e culturais. Nesse sentido, as estratégias da citada publicação tentam colocar uma revista diversificada e analítica, que divulga culturas, no plural, sem fechamentos ou restrições postas por fronteiras.

#### 4.7.16 Táticas da edição número 8

As táticas se referem ao modo como a revista aproveita a ocasião para inserir uma prática perspicaz. Portanto, na edição número 6, que foi publicada entre janeiro e fevereiro de 2013, a homenageada que dá nome ao exemplar é Elvira Raulino. Entendemos que a astúcia aqui se refere à proposta de valorização das mulheres pelo seu trabalho, pelos afazeres que rompem alguns paradigmas impostos pela sociedade tradicional em relação ao gênero. A ação passa também pela matéria da seção *RevesUrbana* sobre "Muller e o zepelin", pauta decorrente de polêmica suscitada pela edição anterior, a de número 7, que publicou a imagem da passagem do zepelin em Teresina, registrada pelo fotógrafo homenageado Aureliano Muller. A quebra

nos padrões criados pelo Jornalismo Cultural da revista também ocorre com o artigo da seção *Opinião*, “Amor não tem uma cor”, levantando uma discussão sobre racismo, homossexualidade.

A coluna *MisturÊba* vem repaginada nesse exemplar. Ao invés de somente expor notas sobre a cultura, como geralmente acontece, conta com uma entrevista ping-pong com o criador do Suricate Seboso, página famigerada na rede social Facebook, abriu a seção, por isso tática, que demonstra valorização da cultura nordestina, conforme a proposta da página do Suricante Seboso, que trabalha o linguajar nordestinês e situações típicas que identificam muitos internautas. Após o texto de abertura e as perguntas e respostas, a seção tem duas notas, uma sobre manifestação contrária à escolha do grupo baiano para tocar na inauguração do parque Potycabana, do governo do estado, sob o título “Parangolé para quê?”; outra sobre o desaparecimento da estátua do busto de Getúlio Vargas da Avenida Frei Serafim sob o título “Cadê Getúlio?”, fazendo uso dos recursos mnemônicos para registrar que essa foi a segunda vez que o fato ocorreu, a primeira foi à época da ditadura militar de 1964, quando a estátua sumiu e depois foi encontrada no quintal de um seminário na mesma avenida.

#### 4.7.17 Estratégias da edição número 9

As práticas e criações perceptíveis na edição 9, julho/agosto de 2013, edição Liz Medeiros, começam com a *Reportagem* de capa “Riscos urbanos”, que problematiza a pichação e provoca pensamentos sobre a maneira como ela é vista, de vandalismo a arte. Assim, vai de Teresina a São Paulo, Brasília e Fortaleza, ouvindo fontes dessas cidades e dando uma proporção da grande dimensionalidade que a temática alcança. Coloca opiniões variadas de pesquisadores da Comunicação e Semiótica, Antropologia e Sociologia, que entendem que as leis brasileiras, que consideram pichações como vandalismo e crime ambiental passível de pena, são opressoras por não contemplarem as motivações; que veem as intervenções como arte por serem formas de expressão; além de ouvir pichadores que divergem entre a ideia mencionada de arte, resistência ou protesto e também de vandalismo. Isso se constitui estratégia, pois oferece os aparatos para que o leitor faça a reflexão e construa sua opinião sobre o assunto, o que é totalmente integrado ao planejamento jornalístico, que impõe que o veículo midiático deve ouvir as muitas versões sobre um assunto. Com isso, demonstra preocupação com o que está sendo produzido, de modo a não prejudicar um lado ou outro por não ter sido ouvido e, conseqüentemente, não prejudicar também o processo de construção da memória, provocando o esquecimento.

A partir dessa edição, *Revestrés* desenvolve com mais intensidade a estratégia de valorizar pessoas. Então, cria a seção *RevesTipos*, cujo primeiro texto é “Profissão faz-tudo” e, a partir daqui, passa a publicar mais histórias focadas notadamente em personagens comuns, ou seja, vidas particulares e curiosas tornam-se foco principal da seção, uma forma de promover a valorização de personalidades desconhecidas. Estrategicamente também, a revista trabalha com as tradições e costumes dos piauienses e deixa evidente na matéria da *RevesUrbana*, “Calçada pra sentar)” outra inquietação: abordar as manifestações culturais também sob a perspectiva antropológica, a partir do entendimento de que fazem parte os valores, os costumes e as tradições, como a de sentar na calçada no fim da tarde que diferencia os piauienses de muitos habitantes de outros estados. Tal atitude do impresso é considerada importante, no sentido de fixar nas memórias as características que enaltecem os piauienses, como se dá também na matéria “Bebida de ouro” sobre a cajuína, que “pela técnica artesanal de produção, passada de geração a geração, e por ser, ela própria, uma realidade na economia do estado, virou um símbolo da cultura popular do Piauí” (*Revestrés*, p. 74, julho/agosto de 2013).

A *Entrevista* com “Paulo José Cunha: eu quero mesmo é isto aqui” é outro modelo de colaboração com a identidade local, pois enfatiza a obra escrita pelo jornalista denominada Grande Enciclopédia Internacional de Piauiês, que aborda expressões típicas do estado e pouco conhecidas em outros e que, estrategicamente, é utilizada por *Revestrés* na seção *Piauiês*. Para Cunha, é um livro que contribui com o resgate e com a afirmação da identidade, porque colabora com a valorização de uma linguagem muito usada, mas pouco assumida publicamente por vergonha. Ele ressalta a maneira particular e diferente de o piauiense falar. “São expressões de uma riqueza cultural fantástica. Nos ajudam na nossa definição cultural, contribuem no desenho do que somos” (*Revestrés*, p. 16, edição 9, julho/agosto de 2013). Além do mais, o impresso deixa claro a ligação do entrevistado com o piauiense Torquato Neto, sem deixar se amarrar às temáticas do estado, generalizando a discussão em alguns momentos, com base na estratégia de fazer um Jornalismo Cultural do Piauí, abrindo espaços para a cultura nacional, como na *RevesBrasil*, com “Paixão carpinejar” – entrevista com o jornalista, poeta e cronista Fabrício Carpinejar, uma das personalidades muito conhecidas no país pela temática que aborda: o amor.

#### 4.7.18 Táticas da edição número 9

A publicação da *Revestrés* número 9 se deu entre julho e agosto de 2013, basicamente o mesmo período em que ocorreram as conhecidas Manifestações de Junho, em várias partes do Brasil, as quais, mesmo sem uma reivindicação unitária, revelava diversidade de protestos,

alguns em tom mais brando, outros mais violentos, mas com uma base em comum, colocando em questão e levando às ruas do país ao mesmo tempo desejos e reclamações contra a corrupção, o aumento de passagens, a copa, a favor de melhorias na saúde e educação. A revista trabalhou a temática factual em dois momentos: um, na *Opinião*, com o texto “Vinte centavos e alguns milhões”; outro em “O espírito do tempo”, onde retratou em imagens e depoimentos, os protestos de diferentes lugares, “sem a angústia de explicá-los, eles partilham suas impressões desses tempos. Tempos em que essas manifestações, a despeito do que possam parecer, fazem todo sentido” (*Revestrés*, p. 26, julho/agosto de 2013).

Figura 24 – *Revestrés*, p. 30, n. 9, jul/ago. 2013

O clima frio e as frequentes chuvas não intimidaram os curitibanos. Os encontros eram marcados sempre às 18h na Boca da Verdade, tradicional espaço de encontros da cidade. O que no começo eram cerca de 500 manifestantes, logo se multiplicou. Na segunda-feira, dia 17 de junho, o quarto dia de protesto, mais de 20 mil vozes ecoaram pelas ruas do Centro clamando por mudanças no país. O prédio histórico da Universidade Federal do Paraná talvez não veja em outros 100 anos de existência tantas pessoas cantando, sincronissimamente, o hino nacional. O resultado? Assim como em outras cidades brasileiras, o prefeito Gustavo Fruet (PDT) reduziu em R\$ 0,10 a tarifa de R\$ 2,85. Foram dias em que um dos melhores sistemas de transporte público do país não conseguiu calar as ruas.

**Thiago Costa, de Curitiba**  
Jornalista e Relações Públicas, atua na Diretoria de Gestão da Comunicação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Há algo de transcendental, perdoe-se soar um despropósito, mas as manifestações brasileiras me parecem como a observação da passagem do cometa Halley para astrônomos e astrofísicos, pela sua raridade e grandeza. Para que chegássemos a esse ponto o caminho foi trilhado arduamente pelos movimentos sociais brasileiros. Não, o Gigante não acordou: as lutas sociais são históricas, sempre existiram, foram bravas, heroicas, duras e não por acaso, não passavam na mídia. Agora nos encontramos no exato momento em que a válvula da panela de pressão explodiu. Há uma descrença generalizada em relação ao nosso sistema representativo, que o Executivo e o Legislativo não tem conseguido absorver as demandas populares, e é claro, mais cedo ou mais tarde, haveria reação. Que o povo continue nas ruas, que a população se engaje de vez na política. Lutemos por uma democracia mais porosa e participativa, que os partidos se transformem em verdadeiros canais de vocalização e que, nunca mais, brasileiras e brasileiros se esqueçam de que o poder de mudança está em suas mãos.

**Helga Almeida, de Belo Horizonte**  
Doutoranda em Ciências Políticas na UFMG

Embora as manifestações ocorridas nas ruas das principais cidades do país não sejam um fenômeno exclusivo do Brasil, elas seguem um padrão mundial que se desenrola em países como Egito e Turquia, cujas sociedades também clamam por mudanças sociais. O caso brasileiro a meu ver se singulariza pela diversidade de pleitos, indo da especificidade do “passe livre” à generalidade do “não à corrupção”, contudo, expõem nas ruas as manifestações comunicadas que já há algum tempo estão presentes nas redes sociais da web. É esse sentido que me chama a atenção, existe uma reprodução ou transposição do comportamento das pessoas no universo digital das redes sociais para as ruas por meio de dois aspectos: liderança e individualidade. Não existem líderes e nem chefes nas redes sociais, seu processo é horizontal, o verbo conjugado é compartilhar. Nas ruas se passa o mesmo, o movimento não tem líderes e quem se intitula líder é desqualificado pelo movimento. O outro aspecto são os perfis individuais transpostos da web para a rua, as pessoas iam com as reivindicações que elas mesmas se identificavam, manifestando isso por mensagens em cartazes ou outro meio audiovisual, o que pode parecer uma boa homologia com os perfis individuais nas redes sociais virtuais, uma boa manifestação real do que já se passa no horizonte virtual.

**Ricardo Vernieri, de Porto Alegre**  
Administrador, professor da UESPI e doutorando em Comunicação na Unisinos

Fonte: acervo particular

Outra vez, Revestrés valoriza o trabalho das mulheres, com o tributo a Liz Medeiros, na seção *Homenageado da Edição*. Assim também essa edição repete a quebra do estilo de exibição de notas na *Misturêba* para colocar também uma entrevista do tipo perguntas e repostas com o designer, estudante de Artes Visuais, que já realiza mais de 20 intervenções nas ruas de Teresina, cujos desenhos têm em comum portas fechadas como “atalhos”. Junto a essa pauta, a seção exibe nota sobre grafismo em concreto nas ruas de Teresina, através do projeto Grafite Arte executado pela prefeitura.

#### 4.7.19 Estratégias da edição número 10

Em se tratando de estratégias, a publicação número 10, setembro/outubro de 2013, edição Clodo, Climério e Clésio, tem como prática principal a cultura nordestina, trabalhada no *Ensaio Fotográfico* “No olho da seca”, que exibe imagens de cinco fotógrafos, quatro sendo convidados. A pauta trabalhada por meio das imagens ajuda a fortalecer as ideias do senso comum que relacionam a região à seca. As identidades nordestinas também são ratificadas na matéria “Casa para quem improvisa”, da seção *RevesTradição* sobre um festival de violeiros e repentistas de todas as regiões do Brasil, realizado em Teresina. É um tipo de música tipicamente conhecido no eixo Nordeste, região que aparece ainda na *RevesBrasil*. No entanto, nesse espaço, que recebe o título “O Nordeste invisível”, a revista discute sobre as formas como o nordestino é abordado pela mídia, de forma caricaturada, estereotipada.

#### 4.7.20 Táticas da edição número 10

Entre as táticas da revista número 10, setembro/outubro de 2013, edição Clodo, Climério e Clésio, está a *Entrevista* sobre homossexualidade, com uma liderança do movimento LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais e Transsexuais), em Teresina. “Explode coração!” aborda a luta e as conquistas das organizações LGBT e coloca o Piauí como um estado que é pioneiro em muitos aspectos relacionados aos direitos da homossexualidade, ressaltando que foi o primeiro no Brasil a aceitar que os homossexuais colocassem seus companheiros na declaração de imposto de renda e que o casamento entre gays fosse reconhecido. A tática passa, não só por discutir os rumos do movimento no Brasil, mas pela maneira como trabalha o tema, de forma natural e espontânea, cujos avanços são notórios na sociedade. O texto começa com a descrição de uma cena tipicamente familiar, que tem como protagonista o casal de lésbicas, uma astúcia

que se visibiliza ao ir destacando o Piauí nesse cenário. Aborda também sobre a institucionalização do casamento, criminalidade contra homossexuais, religiosidade, o papel da mídia e das novelas com relação às desconstruções de preconceitos, políticas públicas. Essa tática rompe com os padrões da revista e do próprio Jornalismo Cultural, mas acaba ganhando novos públicos ao ampliar as abordagens temáticas.

A publicação também se utiliza de tais práticas criativas para trabalhar com a ideia da lua sob o romantismo, o interesse e o fascínio comum entre as pessoas. Assim, a *Reportagem* “Nós, os lunáticos” aborda as histórias e cantigas que estão no imaginário popular sobre isso. Conversa com cientistas, expõe lendas populares, por exemplo, a do lobisomem, conhecida no folclore brasileiro com sua ligação com o fenômeno da lua cheia, e fala de um ritual de religiosidade e interação com a natureza em noite de lua cheia, que existe no Sertão. Além disso, a seção *RevesComportamento* também é curiosa vindo pelo mesmo ângulo de inventividade. A primeira tática da matéria “Pequena história sobre a nostalgia” diz respeito aos autores, que são dois convidados. O texto é dividido em partes e cada uma é escrita e carregada de impressões de um ou de outro, de forma pessoal e subjetiva. Trabalha com a ideia de sentimento, de nostalgia, como diz o título. A maneira como a publicação trata o tema é muito atrelada à memória e à sua valorização, a partir do entendimento de que é a rememoração de alguma coisa que traz sentimentos nostálgicos.

#### 4.7.21 Estratégias da edição número 11

Reconhecendo que as estratégias ajudam a revista a conseguir seu lugar de realce frente ao Jornalismo Cultural, observamos maneiras predominantes de trabalhar a cultura. O impresso preza por publicar material crítico, como na *Reportagem* dessa edição “É hora do show”, que reflete sobre a industrialização da música nos festivais que unem diferentes estilos de música e uma grande quantidade de público. A partir de uma postura avaliativa e reflexiva, a publicação conduz o teor analítico ou, pelo menos, dar alguns aparatos para que o leitor faça isso, como orienta os manuais do jornalismo segmentado em cultura. Assim também, a *Entrevista* da capa, com “Manuel Paulo Nunes: o homem salvo por suas afinidades” promove ou instiga uma investigação sobre a cultura, ressaltando a presença de instituições culturais, políticas e literatura.

A linha de criticidade da revista aos valores comuns nas sociedades atuais continua nas seções *RevesArte* sobre “Os muros do Nonato” que marcaram muitos pontos de Teresina na década de 1980 e que estão se deteriorando pelos interesses comerciais e pela ação do tempo;

e *RevesUrbana*, com a matéria “Coração mundano” sobre grafiteiro que pinta carroças de catadores de lixo, mas que é considerado criminoso ambiental ou mesmo vândalo, como determina a lei brasileira sobre pichações e grafismos. Em contraponto, a mesma publicação coloca no texto seguido de entrevista “Artista-prático: eu?” a polêmica criada pela técnica que retira grafites das paredes e as coloca em quadros, discutindo e refletindo com o artista que a desenvolveu sobre de quem é a arte de rua. Percebemos ainda no periódico objeto de nossa análise o plano estratégico de veicular sobre atividades culturais diferenciadas, fugindo do ambiente estético. É assim no *Ensaio Fotográfico* “Hoje tem espetáculo”, dos fotógrafos da revista André Gonçalves e Maurício Pokemon, seguido de matéria sobre a vida no circo – “Mambembe cigano”, na seção *RevesVida*.

#### 4.7.22 Táticas da edição número 11

*Revestrés* número 11, novembro/dezembro de 2013, edição Carlos Castello Branco, divulga e explora, outra vez, logo nas suas primeiras páginas a premiação da revista como melhor reportagem em impresso, com a matéria “Casa para quem improvisa”; melhor fotografia exposta na reportagem “Riscos Urbanos”; e melhor trabalho de humor, “Deizano” no concurso Piauí de Reportagens promovido pelo Governo do Estado do Piauí. Com isso, a revista se autorreferencia como jornalismo de qualidade, em uma apropriação do reconhecimento promovido pela premiação em nível estadual, perante outros trabalhos inscritos. De maneira diferente, a mesma edição trabalha outra tática, ao romper com o plano estratégico editorial e apresentar a coluna *MisturÊba* em outro formato. Ao invés de notas, coloca unicamente uma entrevista do tipo perguntas e respostas com a artista musical Luana Campos, à frente da Banda Top Gun, de Teresina.

#### 4.7.23 Estratégias da edição número 12

As estratégias ajudam a revista a conseguir uma melhor atuação. Logo, no exemplar número 12, janeiro/fevereiro de 2014, edição Lenir Argento, notamos o uso de ações que fortalecem e mantêm a atuação da publicação no Jornalismo Cultural praticado no Piauí. O *Editorial*, “Das mentiras e verdades” faz referência ao tema principal da chamada de capa, com “É tudo uma mentirada”, que diz respeito à *Entrevista*. Nessa edição, vemos um personagem que não é piauiense, nem mora ou morou no Piauí, mas que é maranhense, poeta e crítico de arte que mora no Rio de Janeiro desde 1979. O texto seguido das perguntas e repostas “Ferreira

Gullar: nem tudo é poesia” trata da cultura brasileira de modo geral, sem especificações para a cultura piauiense. Não obstante, estrategicamente, *Revestrés* o questiona sobre a relação do escritor com o Piauí e Gullar cita o *Poema Sujo* (disposto em um boxe na mesma seção), que, segundo ele, relembra a infância no Maranhão e na capital do estado vizinho, o Piauí, época em que suas visitas a Teresina se davam por ocasião das viagens do pai, que era ambulante.

Para cumprir o plano estratégico de abrir espaço para manifestações culturais do Brasil e do mundo, essa edição traz a matéria “Como sofre o cantor de tango”, na seção *RevesMúsica*, sobre o estilo genuíno do país vizinho, Argentina. *Revestrés*, nesse texto, critica, com as fontes, a industrialização da música e conseqüente desqualificação, reclamando a desvalorização do tango argentino de raiz. Por outro lado, a edição foca na cultura piauiense, apropriando-se e, ao mesmo tempo, reapropriando-se da gastronomia piauiense. Dessa vez, tem abordagem que vai para além da capital, com a culinária de Campo Maior, na matéria “Capital do sol”, da *RevesGastronomia*, exalando as comidas típicas da cidade feitas à base de carne de sol, característica que pode se estender ao Piauí.

#### 4.7.24 Táticas da edição número 12

Embasados na perspectiva de Certeau (2014), vemos a revista produzindo novas práticas e novas artes de fazer a partir de astúcias. É assim quando propõe a valorização do trabalho feminino, elevando aquelas mulheres que se empenharam em trabalhar, demonstrando coragem e determinação para alcançar o pioneirismo. É assim na edição número 12, janeiro/fevereiro de 2012, cuja homenagem que dá nome à publicação é de “Dona Lenir: a primeira-dama da dança piauiense”. Sempre que aborda a temática, faz de modo enaltecido, como pioneiras, mulheres à frente do seu tempo. Além de enaltecer o feminismo, ainda que seja sob um ponto de vista mais brando e sutil, a revista dá voz a culturas que são, muitas vezes, marginalizadas. Assim sendo, a *Reportagem* desse exemplar indica a astúcia a partir do título: “A voz dos guetos”. Fala sobre o hip hop, a voz da periferia, com letra motivada pelas diferenças com vontade de cantar a realidade. O mesmo texto também fala do feminismo, ao mostrar a participação de mulheres no estilo de som e dança de rua considerado predominantemente masculino. Com isso, levanta questões sobre machismo e dicotomia homem/mulher no passado, com a pioneira da dança no Piauí, e no presente, com a personagem que se insere no hip hop e ver a participação feminina como resistência.

Foto: Maricela Povorenin

**O feminino tem seu lugar**

**“**Eu me questionava como é ser mulher, ser feminina e estar em um estilo totalmente masculino e machista. O Hip Hop é muito machista. Eu comecei a entender que não existe nada mais feminino que meu próprio corpo”, diz Cleyde Silva. Aos 23 anos, a bgirl – garota que pratica breakdance – partiu da necessidade de estar na dança e percorreu seu próprio caminho.

Influenciada pelo irmão mais velho, Gleydstone Silva, Cleyde começou a dançar aos 12 anos no Centro Social do Parque Piauí – CSU. “Gleydstone sempre gostou de rap, de skate e começou a pensar em alguma coisa que trouxesse o pessoal do Parque Piauí para ministrar oficinas no Dirceu”, descreve Cleyde.

O Centro Comunitário do bairro Dirceu, zona Sudeste de Teresina, foi cenário das primeiras atividades. Cleyde conta que os ministrantes ensinavam mixagem de som e dança de rua para quem se interessasse. “Até que começaram a acontecer festas particulares, os responsáveis pela presidência do espaço sumiram e a gente queria um lugar para treinar, mas não tinha”.

Abandonado desde 2006, o espaço chegou a abrigar o *Bomber Crew*. Constituído em 2005, o grupo masculino de breakdance acolheu a primeira bgirl do conjunto - Cleyde. “Eu tive a necessidade de criar um grupo só de meninas, mas elas dispersaram e eu fui direto para o *Bomber*”, relata.

Nessa dicotomia homem/mulher do break, a bgirl destaca o posicionamento feminino enquanto resistência – o machismo é a barreira a ser ultrapassada. “Às vezes, a menina deixa de dançar porque se acha inferior. Tenho pensado o Hip Hop no sentido de resistir a um monte de coisa. Hoje, eu acho que o machismo pode ser trabalhado com a ideia de estar ali. Se você se coloca em um lugar inferior, você só está reforçando o machismo”, destaca.

**“**EU ME QUESTIONAVA COMO É SER MULHER, SER FEMININA E ESTAR EM UM ESTILO TOTALMENTE MASCULINO E MACHISTA. O HIP HOP É MUITO MACHISTA. EU COMECEI A ENTENDER QUE NÃO EXISTE NADA MAIS FEMININO QUE MEU PRÓPRIO CORPO.  
CLEYDE SILVA, BGIRL

42 • facebook.com/revista\_revestros

Fonte: acervo particular

Na análise da invenção do cotidiano pela revista, notamos algumas práticas que não são próprias da publicação, como a seção *RevesOscar*, com “And the Oscar goes to!”. Nesse espaço, o periódico fala da premiação internacional de 2014 e destaca 15 motivos para o leitor não perder a cerimônia do ano. A tática reaparece na edição 18, do início de 2015. Assim também a seção *Ensaio* apresenta uma novidade na veiculação de imagens. Em “Sob controle” o convidado expõe seus autorretratos feitos em movimento, ou seja, em meio às manobras do skate. A mesma edição apresenta outra peculiaridade: a seção *RevesCopa*, que se utiliza da

oportunidade concedida pelo tempo, 2014 foi ano da Copa do Mundo de Futebol realizada no Brasil, para trabalhar o esporte, no caso, com uma abordagem própria da revista, a de trabalhar bairros, costumes e tradições, como faz na “Copa dos Quarenta”, que é realizado no bairro Promorar com homens com mais de 40 anos.

#### 4.7.25 Estratégias da edição número 13

De acordo com Certeau (2014, p. 45. *Grifos do autor*), a estratégia “postula um lugar capaz de ser circunscrito como um *próprio* e, portanto, capaz de servir de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta”. Assim, a construção da revista em análise, especificamente o exemplar número 13, março/abril de 2014, edição Fernando Costa, segundo um modelo estratégico se dá pela valorização da música, notadamente do estilo rock, a partir da história do rock de Teresina na *Reportagem* intitulada “Esse tal de Rock’n’Roll”. Tal valorização da música se dá também por meio da curiosa matéria sobre “Wanderléa e sua história de amor”, na *RevesMúsica*, em resposta à história contada na *Revestrés* número 8, junho de 2013, edição Elvira Raulino, sobre uma música que fala de um admirador secreto da cantora do Piauí. A revista aproveita a ocasião em que a artista faz show em Teresina para questioná-la sobre a existência desse antigo amor piauiense e “descobrir que tudo não passava de uma história inventada” (*Revestrés*, p. 64, março/abril de 2014).

As estratégias seguem por meio dos conteúdos abordados pelo periódico. A matéria “E do barro fez-se arte!”, da seção *RevesArte*, divulga arte popular, com foco na produção de bonecos de barro inspirados na observação de cenas do cotidiano. Ao mesmo tempo, essa edição propõe uma discussão sobre a cultura e sua relação com o mercado, a partir de entrevista com pesquisador da área, na *RevesBrasil*, cujo título é “Esse negócio de cultura”. A estratégia é despertar para a capacidade inventiva das pessoas, que usam as atividades culturais e estéticas para repassar uma mensagem, seja através da música, seja através da arte produzida com barro, e pensar a cultura também sob a perspectiva crítica.

#### 4.7.26 Táticas da edição número 13

Diferencia-se entre as 22 publicações que compõem a amostra a de número 13, veiculada entre março/abril de 2014, edição que homenageia Fernando Costa, por, entre outros aspectos, apresentar duas capas, a primeira e principal é completamente preta, sem chamadas, apenas com a fala do Entrevistado do bimestre: “Sempre fui assumido como negro e gay”,

revelando a temática principal da vez. Ao longo das páginas, citações em letras garrafais prendem o leitor, inicialmente, pelo recurso visual – duas páginas abertas em preto e branco, com frases e mãos ou digitais, gritando contra o preconceito racial e atitudes fortes, porém reais. A primeira apropriação do espaço aparece antes da entrevista, com duas páginas em preto e branco que chamam a atenção pela seguinte frase: “Olhe de novo: não existem brancos, não existem amarelos, não existem negros. Somos todos arco-íris. Ulisses Tavares” (*Revestrés*, p. 9, março/abril de 2014).

Figura 26 – *Revestrés*, p. 8-9, n. 13, mar/abr. 2013



Fonte: acervo particular

O segundo momento em que a intervenção astuciosa aparece nesse exemplar é logo depois da *Reportagem*, com mais duas laudas em preto e branco, uma, com a imagem de mãos abertas; outra, com a citação: “Eu queria não ganhar todos os títulos da minha carreira e ganhar o título contra o preconceito, contra esses atos racistas. Tingá, jogador de futebol” (*Revestrés*, p. 47, março/abril de 2014). Da mesma forma, a terceira ação desviacionista vem após a seção de notas *Ademã*, em outras duas páginas em preto e branco. De um lado, uma digital; de outro: “Pois muito obrigado ao autor do cuspe, graças a esse evento completamente aleatório, nunca mais hei de me calar como sujeito negro. Prof. Alcione Corrêa” (*Revestrés*, p. 77, março/abril de 2014).

O fato de a revista trabalhar homossexualidade, racismo e os negros dessa maneira pode ser considerado invenções cotidianas do tipo tática, pois foge do plano editorial comum da revista, com conteúdo que não se refere a matérias ou produções de nenhuma seção, mas que pretendem despertar o leitor para a discussão. Assim, temática do racismo toma, além da capa e dessas páginas que se constituem astúcias levadas aos leitores da revista na reapropriação da cultura, as 12 laudas da *Entrevista*, com o professor universitário Solimar Oliveira, dispostas em preto e branco, em consonância com as demais que abordam o assunto. O texto seguido das perguntas e repostas, sob o título “Desajusta(n)do”, revelam uma criticidade e reflexibilidade. Trata-se de uma discussão crítica à elite, às estruturas postas. É uma proposta de avaliação de políticas públicas, de manifestações de racismo e preconceito, de condições históricas impelidas aos negros, aos homossexuais e aos pobres.

#### 4.7.27 Estratégias da edição número 14

A *Entrevista* é com “Claudete Dias: do consumo ao paraíso”, estrategicamente escolhida para compor a *Revestrés* número 14, maio/junho de 2014, edição Mário Faustino, pela relação da entrevistada com a geração Navilouca, que ilustra a revista piauiense. Logo na abertura da seção, o periódico destaca: “ela fez filme com Torquato Neto, aproveitou os loucos anos 70, rodou o mundo e lançou livros” (*Revestrés*, p. 11, maio/junho de 2014). A *Entrevista* vai além e aborda história do Piauí e do Brasil, filmes contracenados com Torquato. É interessante ressaltar que, nesse mesmo exemplar, o *Homenageado da edição* é Mário Faustino, embora ele tenha ganhado menos destaque que os personagens tributados nas edições anteriores e posteriores. Isso ocorreu pela disputa com a reprodução da capa da Navilouca em homenagem à publicação dos anos 1970, carecendo até de uma ressalva no editorial sobre a dedicação ao escritor.

Nessa edição número 14 foi publicada a continuação da *Reportagem* “Cadê a cultura que estava aqui? II”, que foi veiculada inicialmente no exemplar número 7, março/abril de 2013. O material vem em formato semelhante à primeira publicação sobre o assunto e, outra vez, se baseia em questionamentos, que vão do título ao interior da reportagem, buscando refletir sobre a temática, embora não ofereça mais que esclarecimentos e comparações com o ano anterior, período em que foi publicada a primeira *Reportagem* sobre. O diferencial dessa edição de “Cadê a cultura que estava aqui?” é que coloca depoimentos de artistas com a intenção de fortalecer o debate. Sem ter pretensões claras de oferecer respostas a tantos questionamentos levantados

pelo próprio impresso, *Revestrés* cobra, mas dessa vez, faz isso estrategicamente por meio da voz de quem se envolve com a produção cultural.

#### 4.7.28 Táticas da edição número 14

Mais tarde, *Revestrés* trabalha outra edição com muitas apropriações táticas. O exemplar número 14, de maio/junho de 2014, edição Mário Faustino, homenageia os 40 anos de publicação da revista Navilouca, com a reprodução de sua capa, fugindo totalmente do visual gráfico colocado pelo impresso nos quatro anos de publicações. Encontramos muitas táticas por ser um exemplar que se contrapõe, não só na diagramação da capa, mas também na escolha e abordagem de temas e, principalmente na ideia de reviver a Navilouca. A edição apresenta “Dossiê Navilouca”, uma matéria sobre a história da revista, que foi produzida para ser veiculada em edição única, e conta através de depoimentos de participantes da edição especial, com fotos dos participantes da publicação de poesia e cultura, uma contribuição para o Jornalismo Cultural de hoje.

As táticas abrangem a abordagem da matéria “De alma, coração e vida”, na *RevesTipos*, em que aborda sobre homossexualidade, a partir da história de um artista que canta e faz performances na noite teresinense. O mesmo exemplar versou sobre outro tema menos abordado, mas presente em alguns exemplares: moda, as *10 dicas* voltadas notadamente para o mesmo tema, com sugestões que se centram na moda, quanto a desfile, inspiração e realização. Percebemos que a revista personifica os textos, foca acertadamente nas pessoas, nos personagens, nas histórias, criando um vínculo de identificação e aproximação com leitores. Assim também se deu com a matéria sobre o Miss Piauí, na qual a revista acompanhou uma candidata ao concurso durante alguns dias de preparação, abordando sua vida de estudante, modelo, idas ao salão, à academia e também no momento dos desfiles. O texto de seis laudas aparece na seção de nome *RevesBeleza*, com textos e fotografias elaboradas, com foco na história de uma das concorrentes ao título de *miss*, como mostra a figura abaixo.

Figura 27 – *Revestrés*, p. 66, n. 14, mai/jun. 2014



**O MISS PIAUÍ É A CHAVE DE ENTRADA PARA O MISS BRASIL, E MUITAS GAROTAS TAMBÉM O VEEM COMO TRAMPOLIM PARA A FAMA E O SUCESSO - TALVEZ ISSO EXPLIQUE A QUANTIDADE DE CANDIDATAS QUE DESEJAM REPRESENTAR UMA CIDADE QUE MUITAS VEZES NEM CONHECEM.**

discreto sorriso, entre constrangimento e afirmação. "Mas já era algo que me incomodava há um tempo e eu sempre quis ajeitar, independente de concurso".

Conciliar a preparação para o desfile e a vida de universitária foi o segundo desafio. "Meus horários começaram a ficar meio malucos, tipo, ir pra academia à meia noite", diz ela, que teve que ajustar a rotina de estudante do 6º período de medicina à vida de Miss Bom Jesus. O município apareceu como uma solução para a garota que queria concorrer ao título de Miss Piauí mas não sabia exatamente por onde começar. Foi o deputado Fábio Novo que a convidou para representar sua (dele) cidade natal. Ana baixa o tom de voz como quem conta um segredo. "Muita gente não sabe, mas a maioria das garotas não é das cidades que representam".

A disputa pelo título de mulher mais bonita do estado exige um número mínimo de inscritas para que aconteça. Se esse número não é alcançado, a própria organização se encarrega de preencher as vagas. O concurso Miss Piauí, mesmo envolto em polêmi-

cas e com sua queda de popularidade, é a chave de entrada para o Miss Brasil, e muitas garotas também o veem como trampolim para a fama e o sucesso - talvez isso explique a quantidade de candidatas que desejam representar uma cidade ou estado que muitas vezes nem conhecem.

Este ano, oferecendo como prêmio uma viagem a Paris com todas as despesas pagas, o concurso cobrou uma taxa de inscrição no valor de mil reais. Questionado sobre a inflação (em outros anos, essa taxa não chegava a 500) Nelito Marques, responsável pelo certame, foi enfático ao afirmar: "Para entrar no Miss Brasil é 22 mil. Tão reclamando de quê?"

Nelito é colunista social e coordenador do Miss Piauí há mais de 20 anos. Tão certo quanto ver homens de terno e mulheres com vestido de gala no evento, é também presenciar alguma confusão. Há dois anos, Nelito tomou o título de Miss Piauí de Renata Lustosa, ao descobrir que a representante do estado estava morando na Bahia. No ano passado, impediu Jéssica Camargo, Miss Teresina 2012, de

Fonte: acervo particular

Sabemos que 2014 foi o ano da Copa do Mundo de futebol realizada no Brasil e, por isso mesmo, verificamos abordagens mais incidentes sobre o tema futebol nas edições veiculadas no ano citado. O material não trata exatamente sobre o campeonato que ocorreu, mas usa-o como deixa para trabalhar o esporte na *Crônica* com o título "A copa das ilusões perdidas"; no *Ensaio fotográfico* sobre o "Futezinho", na matéria "A taça é nossa?", da

*RevesCopa*, sobre a passagem da taça do mundo por Teresina, e chega a *RevesDicas*, com nota sobre a Copa do Mundo, onde contextualiza a divisão entre os que gostam da copa e aqueles que espalham “#nãovaitercopa”. Assim, a revista convida o leitor a escolher uma seleção para torcer, caso o Brasil não chegue à final do campeonato e carimba: “nós, de Revestrés já escolhemos: Bósnia-Herzegovina” (*Revestrés*, p. 89, número 14, maio/junho de 2014). Por fim, coloca o hino da Bósnia. Convoca o leitor, envolve-o e se posiciona.

#### 4.7.29 Estratégias da edição número 15

A edição 15, julho/agosto de 2014, em homenagem a Possidônio Queiroz, entrevista um natural de São Paulo, filho de pernambucana e piauiense, que se mudou para a terra do pai ao se formar em Arquitetura para uma temporada, que perdura até os dias atuais como professor da Universidade Federal do Piauí. Um paulista deslumbrado pelo Piauí, pelas particularidades, pelos aspectos provincianos, por municípios que vão de pequeno a médio porte. Ele discute a identidade da capital piauiense, as cenas e costumes que são comuns e que diferenciam a coletividade que lá habita. Ao mesmo tempo, o sujeito principal da entrevista critica a arquitetura atual das cidades e ressalta, com base em sua pesquisa de pós-graduação, que antigamente, as casas eram mais adequadas e pensadas conforme as condições climáticas do Piauí: "tanto a casa de fazenda como a casa popular são arquiteturas que usam matéria prima local e tem o enfrentamento do calor" (*Revestrés*, p. 15, ano 3, edição 15, julho/agosto de 2014).

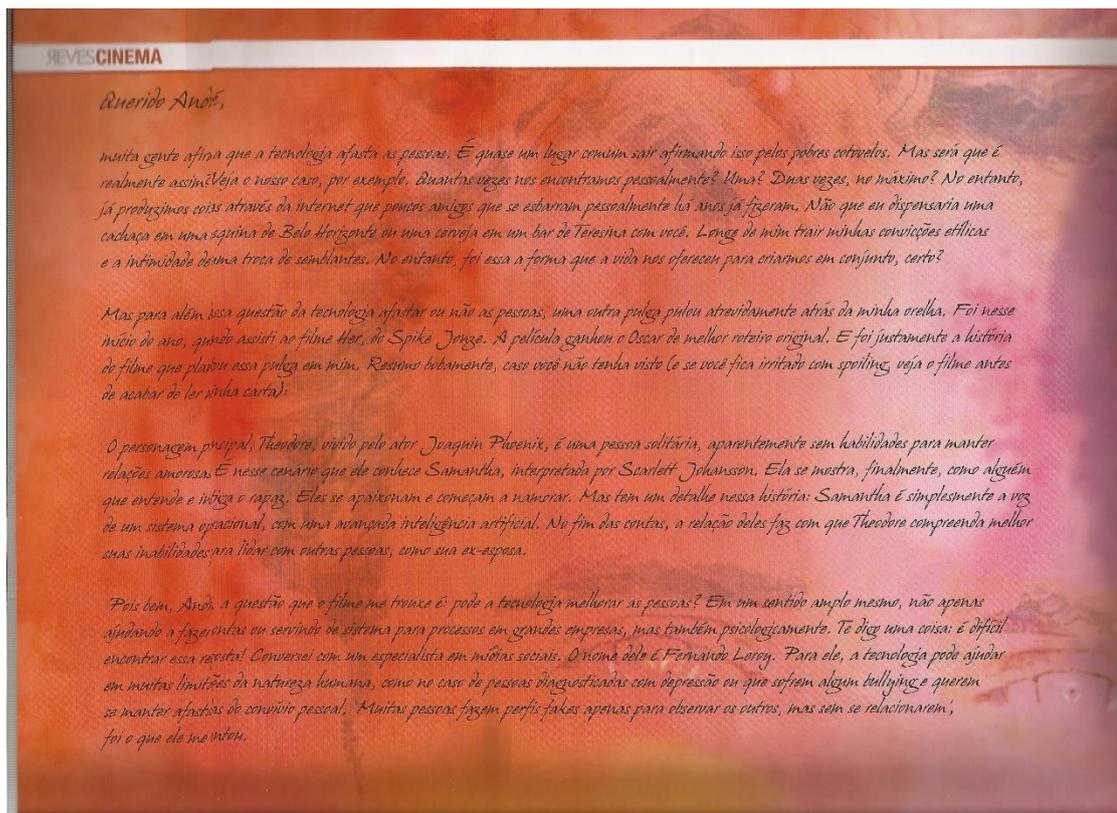
Em consonância com a *Entrevista*, o *Editorial* trata “Da cidade, das histórias e das ausências” e a matéria da seção *RevesCidade* aproxima-se da temática ao trabalhar histórias da movimentada Avenida Frei Serafim, especificamente sobre “A última casa da rua”, que hoje está ocupada por pontos comerciais. A atitude da revista revela valorização das identidades e das memórias, ao trabalhá-las por meio de evocação de recordações dos parentes dos primeiros donos da casa e do trabalho de um pesquisador e escritor da referida avenida. Em continuidade ao que foi posto em outras edições, a revista também enaltece figuras populares, pela vida de envolvimento com as atividades culturais, como é o caso da matéria sobre “Chiquinho Garra: o poeta sem amor”. Ao mesmo tempo, segue com a proposta de levantar questionamentos e deixar pontos para a reflexão do leitor, como em “Artista pra quê?”, da *RevesBrasil* dessa edição.

#### 4.7.30 Táticas da edição número 15

Na capa número 15, de julho/agosto de 2014, edição Possidônio Queiroz, a manchete estampa o principal tema da *Reportagem* “A força está com elas!”, que explora e analisa a presença feminina na arte, discutindo sobre sexualidade, gênero e identidade. Da estratégia em se falar de arte, a revista transformou em uma tática pela abordagem com que trabalha a arte, discutindo o espaço feminino na sociedade, na produção cultural. Oportunamente, *Revestrés* também discute, por meio de um artigo da seção *Opinião* sobre ética, levantando o questionamento “E a ética ainda teria algo a dizer?” que revela a invenção do tipo tática pelo tema que aborda.

“Querido André” é uma carta de Alisson para André, fotógrafo, diretor e integrante do conselho editorial de *Revestrés*. A novidade se dá na forma textual: trata-se realmente de uma carta enviada via correio eletrônico – ou e-mail como é mais conhecido – com reflexões acerca da tecnologia e o comportamento humano. O texto enviado por Alisson a André foi colocado em seção chamada *RevesCinema* por colocar e provocar inquietações com que o mundo tem que conviver hoje, as quais foram despertadas pelo filme *Her*, de Spike Jorge, em que um homem solitário se apaixona e se relaciona com a voz de um sistema operacional com inteligência artificial. Com isso, a revista convida o leitor a fazer o mesmo, assistir a filmes e refletir sobre eles, sobre o roteiro, sobre a temática que trabalham, trazendo a discussão para o ambiente em que está inserido. É esse o papel do Jornalismo Cultural, provocar debates, pensamentos a partir do que é colocado, mas trazendo, cada um, para sua própria vivência cotidiana.

Figura 28 – *Revestrés*, p. 54, n. 13, jul/ago. 2014



Fonte: acervo particular

As práticas astuciosas também aparecem em *RevesGastronomia* que trabalha a culinária nordestina, diferente de outras edições que focam no cenário gastronômico piauiense. *Revestrés*, nessa edição, vai ao Ceará para “Brindar a vida” (título) e abordar a pauta da Casa de Licores que tem mais de 70 sabores para combinar com o frio da Serra. Assim, a matéria descreve o local e conta sobre a tradição de produzir licor passada por gerações, valorizando história e também gostos que são da cidade cearense, mas podem ser de todo o Nordeste.

#### 4.7.31 Estratégias da edição número 16

Sabemos que as estratégias têm um lugar próprio dentro de um planejamento para ocorrerem. Assim, o plano do exemplar número 16, publicado entre setembro e outubro de 2014, de *Revestrés* é trabalhar a literatura, começando pelo O *Homenageado da edição*, “Da Costa e Silva: o poeta da saudade”, de Amarante, município do interior piauiense, que se destacou como escritor renomado em todo o Brasil, e seguindo pela capa com realce para a *Entrevista* com “Marcelino Freire: onde a palavra arrebenta”, sobre escritor nascido no Sertão pernambucano, que apesar de não ter livros na casa onde morou na infância, hoje é poeta com publicações nacionais e internacionais. Da mesma forma, as estratégias dessa publicação

seguem pela *RevesBrasil* com o texto “E a França vai virar Sertão”, que exhibe entrevista com uma francesa estudiosa do cinema, literatura e Sertão brasileiro. Discute as relações entre o cinema e a literatura de cordel, cultura nordestina, alcance dos filmes brasileiros na Europa.

A *Reportagem* “Vivendo de som” trabalha a música clássica, apontando para os jovens que produzem e consomem o gênero, exaltando histórias, como a da Orquestra Sinfônica de Teresina, discute sobre a necessidade de formação acadêmica na área e sobre a desvalorização do profissional em Teresina. Ainda sobre o cenário da capital, *RevesCultura* relata, na matéria “Acabou a graça”, os percalços da Fundação Nacional de Humor e a Prefeitura de Teresina, na briga por um prédio cedido, que teve contrato encerrado, enquanto *RevesCidade*, “Essa grande praça de alimentação” fala sobre principais pontos de lazer de Teresina como sendo ligados normalmente a restaurantes e bares.

Relacionamos à categoria estratégia, as matérias “93 mil peças e o maior museu particular do mundo”, de *RevesTipos*, e “Voto de confiança”, de *RevesGastronomia* que têm como cenário municípios do interior do Piauí. Na primeira, temos a história de um homem que há 21 anos guarda peças que carregam suas próprias histórias. O que podemos inferir dessa matéria é que a revista adota a estratégia de mostrar a cultura, de contar histórias, nesse caso, de um homem que conserva objetos considerados lugares de memória para ele. Já o segundo texto fala de uma lanchonete situada às margens da BR 343, ponto de encontro por quem passa pela região de Água Branca, característica, não só pelo salgado ou bolo frito acompanhado de café que o viajante encontra lá, mas pela quantidade de cartazes que preenchem as paredes do local.

#### 4.7.32 Táticas da edição número 16

Enquanto alguns exemplares são abarrotados de invenções que burlam a ordem estabelecida e podem ser avaliados muitos pontos sob a perspectiva tática, em outros, poucas são as práticas que se valem de exceções, quebras de padrões, margens de negociação perante as estratégias, como ocorre na publicação número 16, de setembro/outubro de 2014, edição Da Costa e Silva. Na distinção entre estratégias e táticas relacionadas a essa edição, percebemos como ação que negocia com o que é imposto, ou seja, como tática, o conteúdo da seção *As 10 Dicas*, que são concedidas por um colaborador convidado. Sendo ele uma pessoa envolvida com gastronomia, as dicas se valem dessa característica e perpassam uma comida, uma dieta para emagrecer, uma bebida, demonstrando o gosto do participante por cozinhar, além, claro, das sugestões básicas de filme, música, livro, como nas demais edições.

Figura 29 – *Revestrés*, p. 76, n. 16, set/out. 2014

AS **10** DICAS

Por Júlio Santana  
Foto: Fláudio Palermont

**UM LIVRO** **O Poder do Hábito – Charles Duhigg.** O que fazemos, como fazemos e porque fazemos influencia diretamente nos resultados que conseguimos obter no nosso dia a dia. Entender como fazer o hábito funcionar ao nosso favor.

**UM FILME** **O Curioso Caso de Benjamin Button.** Nascer velho e morrer criança. Mas adquirindo-se a experiência ao longo da linha cronológica invertida. Velho inexperiente e jovem experiente e vigoroso. Uma reflexão bastante interessante.

**UMA MÚSICA** **Boa independente do estilo**

**UM HOBBY** **Cozinhar e estudar sobre gastronomia.** Pratos rápidos e práticos mas que impressionam pelo sabor e pela apresentação. Comida simples.

**UMA COMIDA** **Bife de tira de picanha na brasa.** Corte longitudinal da peça da picanha com 3cm de largura temperado com flor de sal e no ponto para mal passado.

**UMA BEBIDA** **Água.** Temperatura ideal: 5 graus centígrados

**UM PROGRAMA DE FIM DE SEMANA** **Piquenique com as crianças na Potycabana.** Bem cedinho, com o sol agradável, no gramado, com toalha xadrez e algumas formiguinhas.

**PARA EMAGRECER** **Dieta Dukan.** Em pouco mais de um ano consegui eliminar cinquenta e cinco quilos, sem sofrimento e me divertindo na cozinha.

**UMA VIAGEM** **Paris.** Precisando voltar a Paris. Em 2009, fui a Paris e por uma semana explorei quase tudo a pé. Em outras oportunidades fui a Portugal (de sul a norte), Espanha (2 vezes – de norte a sul e de leste a Madrid), Itália (de Milão a Roma), Argentina (Buenos Aires) e Estados Unidos (apenas Nova Iorque). Mas nada superou a capital francesa.

**UM BEM** **Família e filhos.** A principal dica é gostar e curtir a sua família. Ou aquela na qual se nasceu. Ou aquela que construiu. Ou aquela que inventou por afinidades. Vivo a que construí e isso me traz muita alegria.

976 • facebook.com/revista-revestres

Fonte: acervo particular

Além do espaço colunista citado como ação criativa e calculada e, portanto, astuciosa, *Revestrés* número 16 tem na seção *Opinião* a abordagem de um tema recorrente, a literatura, como fez em muitos outros exemplares, porém a forma como o coloca é que é nova, ou seja, o foco com que trabalha a temática comum nas publicações da revista analisada se trata de uma

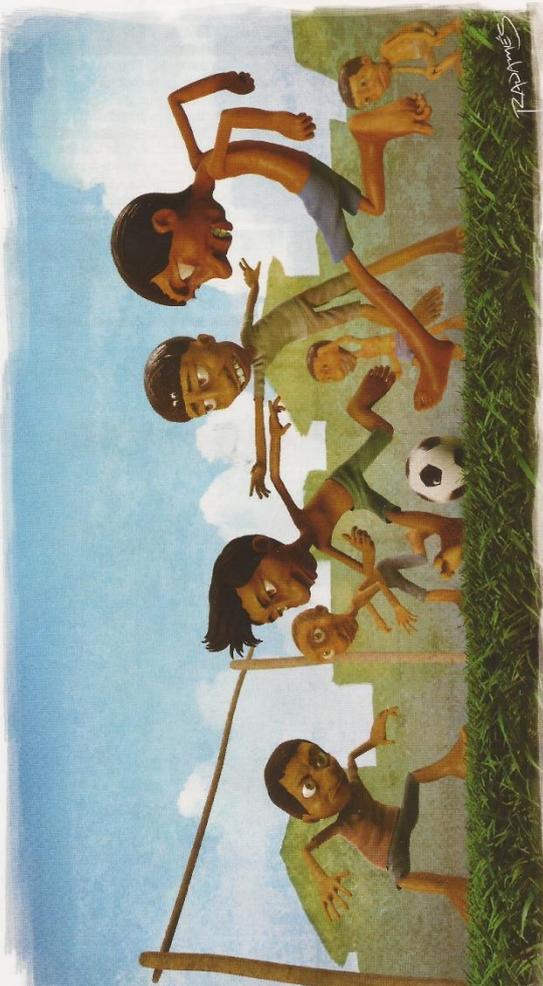
perspectiva pouco trabalhada. O artigo do gênero opinativo discute a respeito da formação de leitores por meio da literatura infanto-juvenil, como deixa claro o título “A literatura infantil e juvenil e a formação de leitores” de pesquisador da área convidado pelo impresso.

#### 4.7.33 Estratégias da edição número 17

A função estratégica da *Entrevista*, nessa edição tem “Ziraldo o menino do Brasil”, em um bate-papo sobre literatura infantil, jornalismo, humor, por ocasião da passagem do entrevistado por Oeiras, primeira capital do Piauí, durante feira literária do município. O planejamento estratégico da revista segue com a publicação da matéria “O Sertão e o mar de Glauber Rocha”, em comemoração aos 50 anos do emblemático filme de Glauber Rocha, Deus e o Diabo na Terra do Sol. Para tanto, divulga os prêmios que recebeu, a equipe que participou e contextualiza a trama da mesma forma característica dos textos de *Revestrés*, com cuidado, buscando explicações, provocando pensamentos. Assim também ocorre em *RevesVida* com a história do “Jornalista reiveintado”, um ex-diretor de conteúdo do site *Yahoo*, das revistas *Bravo!* e *VIP* e deixou tudo para mudar de vida e trabalhar num sebo próprio. O texto narra a história do personagem e provoca o leitor a pensar a vida.

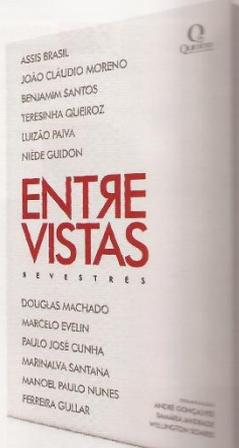
Em *RevesMúsica*, outra história: a de “Os meninos de barão”, banda formada por cinco irmãos do Maranhão. Estrategicamente, novamente, relaciona a pauta ao Piauí, mesmo não tendo neste sua origem, enquanto em *RevesGastronomia*, no texto “Enche o balde”, o foco fica nas comidas piauienses, especificamente, o frango frito do bairro Dirceu. A ilustração de grupos de meninos em uma partida de futebol, com aspectos bem piauienses, como o fato de um grupo de meninos estarem descalços, uma parte do grupo despida de camiseta, enquanto outra está vestida, uma forma de diferenciar os times. A seção *Piauiês* usa esse recurso de imagem para apontar o significado da expressão típica da vez: magote. A explicação seguida de um exemplo vem abaixo e de acordo com a ilustração: “ajuntamento de pessoas ou coisas; bando, multidão; rancho; acervo. Sinônimo de ‘ruma’, ‘montão’. Ex.: ‘Eita, que tem um magote de menino chutando bola e é já, já que um arranca a tampa do dedo’” (*Revestrés*, p. 71, novembro/dezembro de 2014), conforme a Grande Enciclopédia de Piauiês, de Paulo José Cunha.

PIAUIÊS POR RADAMÉS ARAÚJO



**SIGNIFICADO Magote**  
 Ajuntamento de pessoas ou coisas; bando, multidão; rancho; acervo. Sinônimo de "ruma", "montão".  
 Ex.: "Eita, que tem um magote de menino chutando bola e é já, já que um arranca a tampa do dedo".  
Seção inspirada na Grande Enciclopédia Internacional de Piauí, de Paulo José Cunha.

AS ENTREVISTAS REVESTRES PARA VOCÊ GUARDAR NA ESTANTE



**JÁ NAS LIVRARIAS**

Você também pode pedir o seu pelo fone **(86)3226-2420**, por email ou pelas redes sociais.

✉ [revistarevestres@gmail.com](mailto:revistarevestres@gmail.com)  
 🐦 [twitter.com/@derevestres](https://twitter.com/derevestres)  
 📘 [facebook.com/revista\\_reves](https://facebook.com/revista_reves)

Quimera

Fonte: acervo particular

Não fogem do plano editorial estratégico: o *Editorial* “Com a alma repleta de chão”, que outra vez aborda as pautas da publicação; a segunda seção *Opinião*, com “O incômodo com a opinião alheia” sobre comportamento; a *Crônica* sob o título “Poema sórdido”; *Destaque*, que traz o perfil da dançarina Leonora pela dançarina sobrinha Janaína; *Ademã*, com notas sobre a Bienal de Artes de São Paulo, o Salão do Livro de Parnaíba e a exposição fotográfica Por Aí, do diretor da revista André Gonçalves. Já a coluna *RevesDicas* dessa edição de número 17 apresentou quatro notas, três delas são consideradas estratégicas por se situarem dentro dos

padrões estabelecidos na prática cotidiana da revista. Foram elas: uma sobre cinema e duas sobre música.

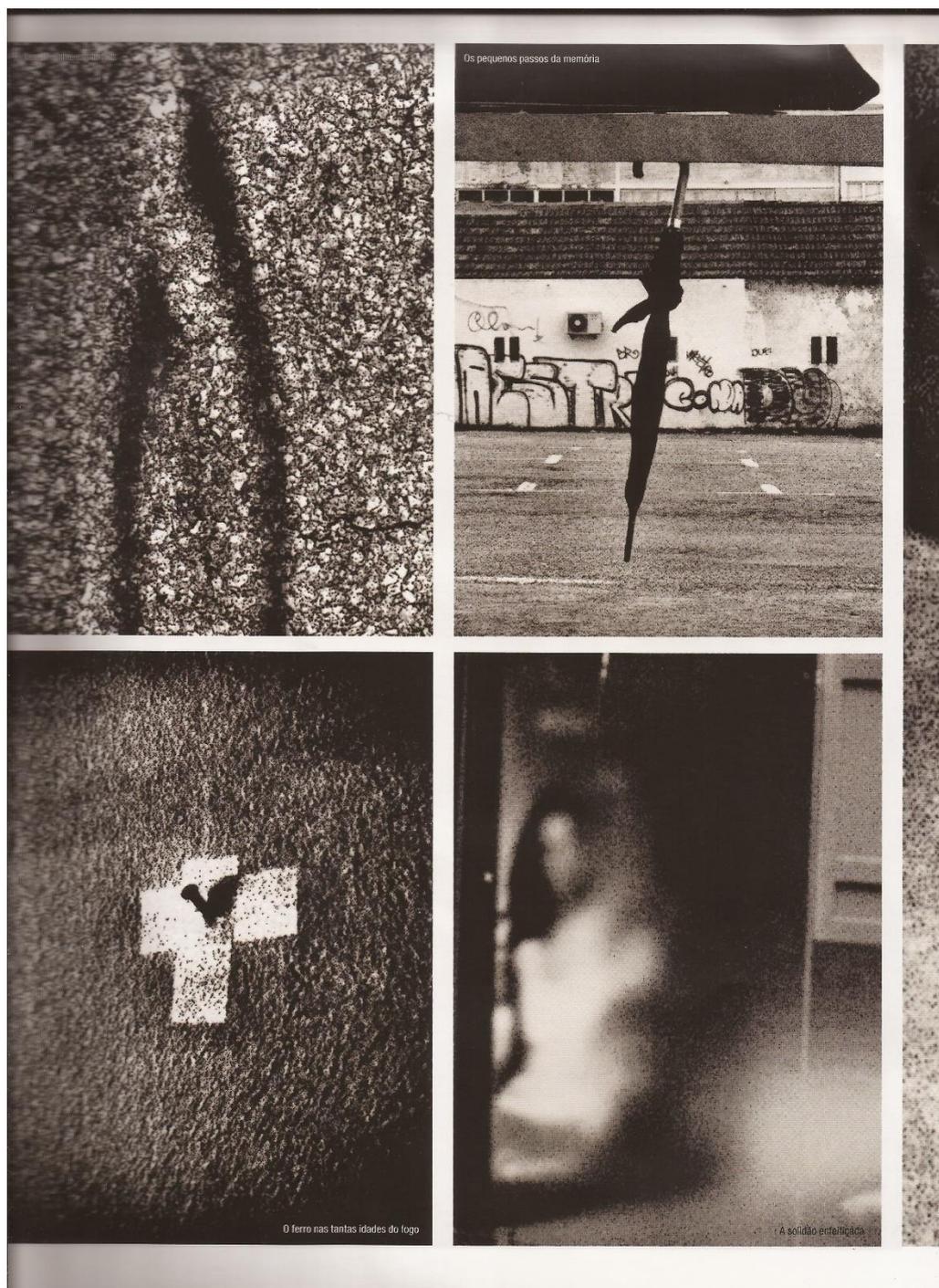
#### 4.7.34 Táticas da edição número 17

A seção *Opinião* da revista número 17, de novembro/dezembro de 2014, edição Adalgisa Paiva, foi escrita por dois autores, demonstrando “Duas visões sobre o Brasil e os outros, por quem está morando fora”. Unicamente nessa edição, o artigo se apresentou em coautoria. O texto demonstra uma reflexão proporcionada pela distância como condição para perceber as práticas cotidianas que se dão no interior do Piauí reconhecidas quando estão em terras estrangeiras. “Isso é como dizer que deve haver um lugar para onde a gente sempre volta” (*Revestrés*, p. 22, novembro/dezembro de 2014). O texto diz ainda que os lugares não podem ser encontrados apenas nos aspectos geográficos, mas também por meio das recordações. Evidencia, assim, que a revista faz uso das memórias para enriquecer suas produções, seja por usar a memória de si no jornalismo, seja por destacar o quão importantes são as memórias, as recordações, os lugares e suportes onde elas se materializam.

Outra vez, a *Homenageado da Edição* enaltece o trabalho de uma mulher para engrandecimento da cultura piauiense por meio do pioneirismo e da força feminina. O perfil de Adalgisa Paiva, que a revista expõe em meio a fotografias antigas, exalta seu pioneirismo em dar aulas particulares de piano, quando o ramo era dominado por homens, no século XX. Ela fez apresentações, composições de forma talentosa e sensível, segundo a revista, procissões, peças teatrais, leilões. Faleceu em 1977, mas ficou nas memórias do piauiense pelo seu trabalho, dando nome a uma rua em Teresina e à Escola de Música da Universidade Federal do Piauí, campus localizado na capital. A rememoração do trabalho de Adalgisa é para enaltecê-la como exemplo de compromisso com a arte e a cultura no Piauí.

Com relação às táticas, entendemos sob esse âmbito também a seção *Ensaio Fotográfico*, que trabalha com o tema “Instante ou realidade?”, propondo novos olhares a partir das fotografias de um jurista, poeta, microcontista e desenhista. São imagens do cotidiano sob perspectivas e ângulos diferenciados e criativos, que fogem do comum, tendo, por exemplo, uma grade como moldura para um cenário do cotidiano. Algumas delas não apresentam nitidez quanto ao conteúdo enquadrado sob composições individualizadas, demonstrando um olhar especial sobre coisas simples que, muitas vezes, não são percebidas de tal maneira. *Revestrés* faz isso em seu conteúdo, onde propõe novas e inventivas “lentes” para assuntos cotidianos.

Figura 31 – *Revestrés*, p. 42, n. 17, nov/dez. 2014



Fonte: acervo particular

As invenções dessa edição se estendem à *Ficção*, que apresenta dois textos do mesmo autor: um com o título “O juramento” e o outro “A varanda”, ocupando duas laudas da revista. *Occupy a Reves* também se constitui prática astuciosa e apresenta um texto de um leitor. A ação de inserir produções diversificadas a cada edição demonstra preocupação em abranger mais manifestações de um público produtor cada vez maior e, conseqüentemente, desenvolver o

relacionamento entre revista e leitor. Assim também a revista coloca na *As 10 Dicas* sugestões que se baseiam no gosto e nas qualidades do colaborador convidado. Nesse número, o participante fala de hobby, amizade e de skate, evidenciando uma proposta de personificar as notas, que deixam de ser apenas dicas e passam à personalidade para que o leitor veja o participante como gente, que tem opiniões, sentimentos e vontades. Já a *RevesDicas* só apresentou uma nota do ponto de vista tático, a qual versou sobre um livro de poesias, mas, ao invés de aparecer como sugestão da própria revista, veio como dica de Thiago E., conhecido músico da banda Validuaté.

#### 4.7.35 Estratégias da edição número 18

A investigação a partir da proposição de Certeau (2014) revela que as estratégias do exemplar número 18, janeiro/fevereiro de 2015, edição Genu Moraes, perpassam por cinema, sob um ângulo inclusivo, a partir de produções do interior do Piauí por pessoas sem formação específica, mas que fazem pelo desejo de contribuir com a cultura. Assim, a *Reportagem* “Quem precisa de vida real” aborda a produção de filmes na região de Picos, onde não existem salas de cinema, nem locadoras de filmes, mas que mesmo assim tem se despontado como uma região produtora de longas-metragens de 2012 a 2015. A revista utiliza do recurso mnemônico para lembrar que a cidade citada teve sala de cinema entre os anos de 1964 a 1982, fala de expectativas de inauguração de seis salas de cinema e questiona se as produções podem ser reconhecidas como cinema, utilizando resposta de pesquisadora e de cineasta conhecido no Piauí e em outros estados para destacar que toda forma de cultura é válida.

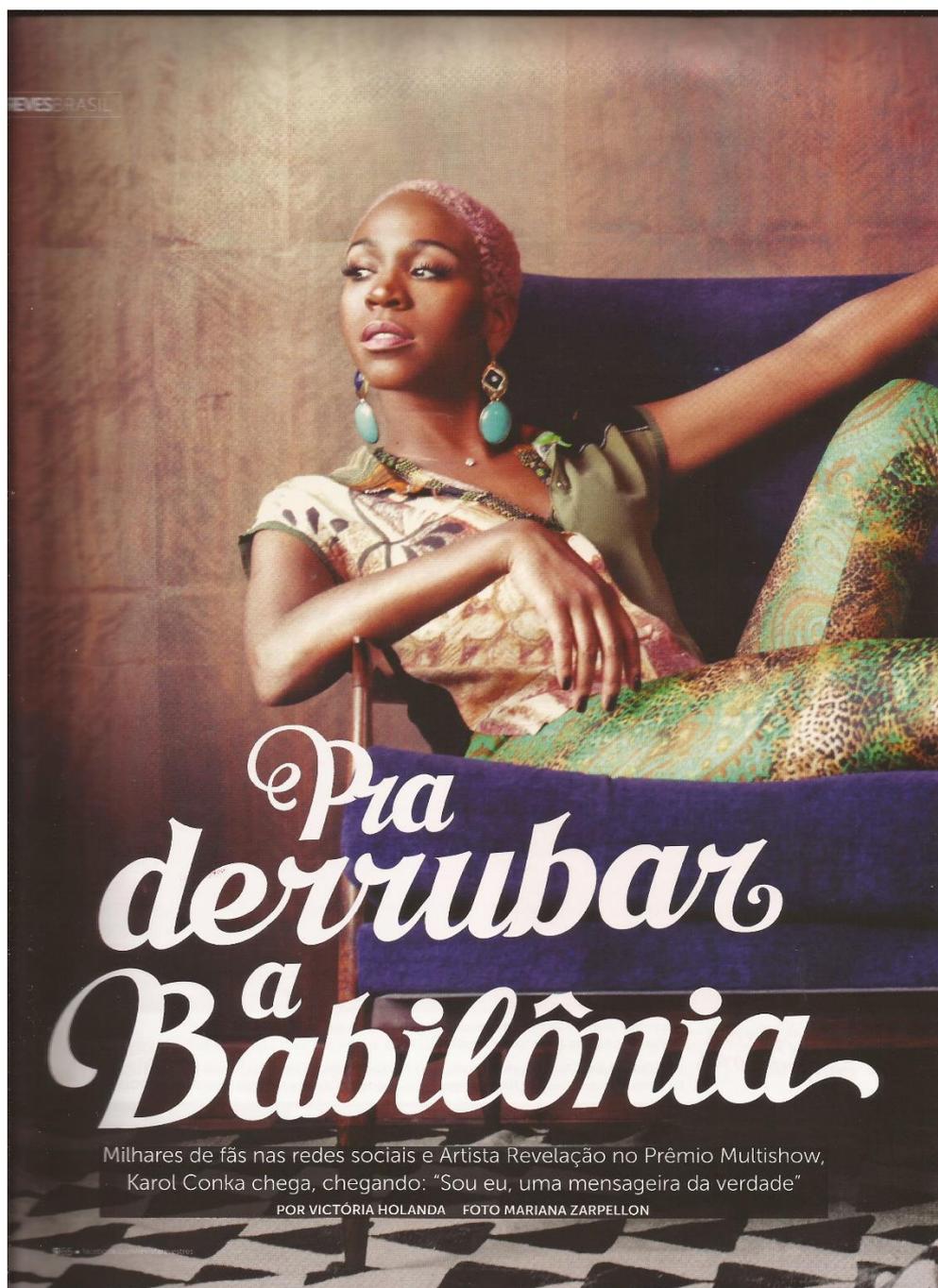
As estratégias dessa publicação transcorrem por outros tipos de arte, como a música e a escultura. Na seção *RevesMúsica*, a matéria “Garagem musical” concede espaço também para uma banda piauiense, que segundo a revista, fez sucesso por meio da internet, com reconhecimento em sites nacionais, mas que não é conhecida em Teresina. E na seção *RevesArte*, com o texto “A arte pede licença”, *Revestrés* provoca e fala de esculturas que foram erguidas em homenagem aos negros em uma avenida de grande movimentação, situada em zona nobre de Teresina. A partir do momento que a revista se insere nas discussões, ajudando a tornar conhecido e a reconhecer trabalhos e atividades artísticas, ela interfere também nos rastros que ficarão para as memórias coletivas, ao apresentar os propósitos das manifestações, elas podem ganhar outras dimensões. A revista aborda também o patrimônio cultural brasileiro, reclamando prestígio e relevo contra a invisibilidade, no *Ensaio Fotográfico* “O olhar da caatinga”, por um convidado, instiga a valorização da Serra da Capivara, Serra Vermelha e Serra das Confusões,

no Sul do Piauí. Assim também, percebemos a mesma estratégia em relação à matéria “Tem piauiense nesse angu” sobre o prato piauiense panelada, que levou cozinheiro do estado à final do programa de culinária MasterChef brasileiro e no texto “Meu bloco na rua”, em prestígio ao carnaval, festa tipicamente brasileira, a partir do bloco Jegue Elétrico, de Oeiras, em São Paulo.

#### 4.7.38 Táticas da edição número 18

Baseados na proposição de Certeau (2014) de que as astúcias se referem a procedimentos teimosos que burlam a ordem estabelecida em favor próprio notamos na *Revestrés* 18, janeiro/fevereiro de 2015, edição Genu Moraes muitas dessas ações. A revista aborda o feminismo em espaços de visibilidade, como a seção *Homenageados da Edição*, que também dá nome à edição. Com Genu Moraes, uma mulher à frente de seu tempo, primeira a fazer muitas coisas no Piauí que não eram consideradas próprias para mulheres, a publicação aponta a temática a ser abordada na capa, na *Entrevista*, reforçando a presença feminina na sociedade por meio das páginas do impresso, com o intuito de ganhar mais público, embora essa temática não componha o plano estratégico da revista de Jornalismo Cultural. Numa perspectiva semelhante, a *RevesBrasil* dá conta do tema mulher e cultura negra. Em “Pra derrubar a Babilônia”, fala-se sobre música, liberdade e empoderamento feminino, em perguntas e respostas de uma cantora, rapper e compositora que “tem sido considerada uma das principais representantes do rap feminino no Brasil (*Revestrés*, p. 66, janeiro/fevereiro de 2015).

Figura 32 – *Revestrés*, p. 66, n. 16, jan/fev. 2015



Fonte: acervo particular

Assim como a homenagem e a *RevesBrasil*, a *Entrevista* “Batendo no que incomoda”, que aborda o tema principal da edição, também é entendido como ruptura no trabalho desenvolvido pela publicação. Pela primeira vez, a *Entrevista* foi realizada com duas personagens, mulheres que se destacam na militância pela igualdade entre homens e mulheres, cada uma em um contexto, com histórias e realidades diferentes. Logo na abertura da seção, *Revestrés* destaca: “Carol é branca. Assunção é negra. Carol criada como católica, não se sente à vontade para afirmar que tenha religião. Assunção é do Candomblé” (*Revestrés*, p. 10,

janeiro/fevereiro de 2015). E em seguida completa: “Carol, filha de advogada e de professor e empresário de academias de ginástica, tem uma vida confortável. Assunção, filha de agricultores rurais analfabetos, é pobre” (*Revestrés*, p. 10, janeiro/fevereiro de 2015). Com isso, a publicação dá a dimensão da discussão empreendida, envolvendo, não só feminismo, mas lutas sociais, preconceitos, exclusões, negritude, beleza, aborto, a partir de questionamentos levantados pela equipe de profissionais da revista, bem como por uma jornalista e pesquisadora da Antropologia convidada.

Na *RevesCinema* consideramos tática a aparição de duas laudas com notas sobre “10 coisas que vocês não viram no Oscar”, em que o colaborador escreve em primeira pessoa, convidado a falar do Oscar, como na edição 12, publicada entre janeiro e fevereiro de 2014. As notas versam sobre pontos do concurso de premiação dos melhores do cinema, criticando a ausência de alguns filmes, avaliando a presença de outros, como de filme brasileiro que entrou na disputa – “Virou queimação de filme. Não tem como. A disputa é desleal” (*Revestrés*, p. 56, janeiro/fevereiro de 2015). Analisa indicações de atores, roteiros de modo crítico, engraçado, descontraído, sem papas na língua como propõe o título citado acima.

Do ponto de vista tático, percebemos ainda *As 10 Dicas* do cineasta Cícero Filho que se referem, em sua maioria, ao cinema pela sua relação com essa arte, entre elas: um filme imperdível, que filme quero deixar na história, pra quem do Piauí daria o Oscar?, onde eu queria exibir um filme meu?, a atriz mais espetacular e para ser um bom diretor é preciso. Cada uma apresentou respostas pessoais a partir das paixões do cineasta. O recurso tático é usado em outros momentos nessa seção, sempre um pouco diferenciado, mas com a ideia de personificar o convidado dono das dicas, conforme seus gostos, já que se trata de um espaço opinativo.

Outra novidade do exemplar número 15 vem sob o título “Revestrés pergunta”, uma entrevista com o presidente da Fundação Cultural do Piauí, à época, Francis Lopes, criada em momento oportuno da nomeação do cantor para a gestão do órgão estadual para pensar, “ler e abrir discussões” (*Revestrés*, p. 62, janeiro/fevereiro 2015). Assim, um texto pequeno abre e explica a seção *RevesCultura*. Cada pergunta e resposta aparece em um box; as perguntas são de pessoas diferentes, convidadas da revista por serem pessoas ligadas a cultura; as respostas foram respondidas por e-mail e publicadas nessa edição de modo singular. Semelhantemente, temos na *Charge* uma característica que particulariza essa edição, pela motivação do desenho. Consideramos tática porque faz referência ao atentado terrorista ao jornal francês Charlie Hebdo, que aconteceu em janeiro de 2015. Charges existem em algumas edições, mas com temáticas não tão factuais.

#### 4.7.39 Estratégias da edição número 19

As estratégias observadas no exemplar número 19, março/abril de 2015, edição Arnaldo Albuquerque, dizem respeito à veiculação e enaltecimento das práticas cultivadas por pessoas, as quais sugerem amor e dedicação, como fez o piauiense que já construiu dois barcos, após se tornar amante de embarcações, cuja história é contada na seção *RevesTipos* no texto “O procurador de ventos”. Tal plano estratégico está também na *Entrevista* com o “Adestrador de palavras”, Salgado Maranhão, escritor, jornalista e compositor maranhense, que já morou em Teresina e no Rio de Janeiro e conquistou reconhecimento nacional e internacional com seu trabalho; e ainda na vida de um aposentado de serviços gerais que envereda pelo empreendedorismo há 18 anos, vendendo cachorro-quente a céu aberto, em Teresina, a qual é exposta na matéria “Vai um cachorro-quente aí?”, situada na habitual *RevesGastronomia*.

#### 4.7.40 Táticas da edição número 19

A capa da edição 19, de março/abril de 2015, edição Arnaldo Albuquerque, do nosso objeto de pesquisa aponta o principal tema também abordado na seção *Homenageado da edição* e na *Reportagem*: desenhos, quadrinhos, charges. Vem ela própria com capa ilustrada como uma revista em quadrinhos. O *Homenageado da Edição* é cartunista e chargista, destacando-se como pioneiro na área no Piauí, com uma jornada que revela produção artística e voltada para a comunicação, com trabalhos publicados no jornal *O Pasquim* e *O Gamma*, e carreira no *O Dia* de Teresina como cartunista. Publica, em 1977, a primeira revista em quadrinhos do Piauí, a *Humor Sangrento*. A maneira como *Revestrés* relata e expõe o trabalho dele é de conceder enaltecimento e glórias por ter sido precursor, por ser reconhecido pelo seu trabalho, por se destacar. A iniciativa demonstra valorização dos piauienses, principalmente, aqueles que foram vanguardistas, demonstrando coragem, perseverança, afeto e zelo pelo Piauí.

Igualmente, a *Reportagem* de capa “Jornada ilustrativa” fala sobre personagens que, como Arnaldo Albuquerque, se destacam no mundo dos quadrinhos nos dias de hoje, louvando o trabalho artístico, criativo e laborioso dessas pessoas. Dada a condição aprofundada da reportagem, formato textual do gênero jornalístico interpretativo, notamos a preocupação em abordar outras perspectivas da pauta, como o mercado editorial e suas ramificações no estado, colocando em paralelo o mercado brasileiro a título de contextualização. Outra abordagem do texto está na retranca que fala sobre os jovens consumidores de quadrinhos, que se reuniam para comentar a respeito e que depois formalizam os encontros, transformando em associação,

cujos nomes são Núcleo de Quadrinhos no Piauí. Enfim, exalta a produção dos desenhistas piauienses, trazendo comparações entre épocas e lugares.

Entendemos essas ações do ponto de vista tático, porque o assunto ganhou grande proeminência e visibilidade na primeira edição da revista após o ataque terrorista à sede do jornal Charlie Hebdo, em Paris, França, em janeiro do mesmo ano. Doze pessoas morreram, entre jornalistas, cartunistas, revisores, diretores, e muitas outras ficaram feridas no ataque que chocou o mundo como um atentado à democracia, à liberdade de expressão, motivado pela intolerância religiosa, pois meses antes o jornal teria publicado uma caricatura do profeta Maomé. Muitos jornais e revistas de todo o mundo manifestaram pesar e protestaram de diversas formas contra o ataque. Entendemos a ação de *Revestrés* como uma resposta motivada pela tragédia francesa.

Em outro momento, o impresso foge dos padrões de conteúdo cultural para abordar a religiosidade do paganismo. Assim, a *RevesEsotérico* traz a matéria “Em busca de equilíbrio” acerca da espiritualidade ancestral na Vila Pagã, situada entre Teresina e José de Freitas. O texto de certa forma retrata tímida e sutilmente a cultura indígena, pois aponta que as práticas piagas têm origem nos ancestrais indígenas que cultuavam a natureza. Então, descreve o acesso à Vila Pagã e ao próprio local. Na fala de um entrevistado, indica que algumas pinturas rupestres comuns no Sul do Piauí sugerem que a natureza era cultuada pelos pré-históricos. O impresso ressalta ainda que “o termo piaga vem do Tupi (pajé, paiê, piaga) e designava uma espécie de líder espiritual, um propagador da fé para os povos indígenas. Para alguns pesquisadores, Piauí significa, literalmente, ‘terra de piagas’” (*Revestrés*, p. 51, março/abril de 2015).

Identificamos como tática na revista também a matéria “Everyone loves Paulo” que relata acerca da produção cinematográfica sobre um artista teresinense que vive em Nova Iorque. O personagem é Paulo e Gazelle, que indicam duas personalidades de uma mesma pessoa. Visto que as táticas permitem manipular alguma coisa em favor próprio, em nosso estudo, especificamente nessa seção *RevesCinema*, elas dizem respeito ao uso do filme para contar a história de uma pessoa notável pela sua atuação. A revista faz isso com uma abordagem sentimental e humana, de tal maneira que trata da homossexualidade, propondo novos olhares, a partir de uma construção textual e de imagens que indicam leveza ao focar nas contribuições artísticas e, ao mesmo tempo, emoção ao trabalhar a história do entrevistado principal como uma pessoa que de fato o é, longe do preconceito que o tema da vida noturna, gay e com HIV, às vezes, atribuem.



NUNCA IMAGINEI QUE SUA VIDA DESSE UM FILME PORQUE NÃO FAZIA IDEIA DA

EXTENSÃO DE SUA ARTE. ELE SEMPRE FOI DONO DE SI. NINGUÉM FREIA ELE.

MARLENE BORGES, MÃE DE PAULO

## Circulando

**F**ilmado até o carnaval de 2013, no Rio de Janeiro, *Gazelle – The Love Issue* passa por Paris, Barcelona, Milano, São Paulo, Teresina e Polinesia – onde Gazelle executa uma performance na Laguna da Ilha de Moorea, próximo ao Tahiti.

Toda a produção levou quase cinco anos. “Foram testados todos os limites, estilos e formatos para que a mensagem fosse o mais universal possível”, diz Cesar Terranova, que recebeu elogios da crítica especializada sobre a técnica nada invasiva que utiliza nas filmagens. O estilo quase invisível do diretor interfere o mínimo possível na narrativa do personagem, deixando espaço para a história principal.

Outra preocupação, aliás, foi não deixar que a mensagem principal do filme fosse camuflada por questões como a noite, o preconceito, a vida

gay ou o HIV – para o diretor, o foco estava mais na luta pessoal de cada indivíduo – representado na excêntrica figura de Paulo – contra as adversidades que o destino lhe reserva. “Paulo é um artista, um comissário de bordo, um criador, uma referência artística na comunidade de Nova York e acontece de ele também ser gay”, observa o diretor, acrescentando que o trabalho com Gazelle sempre falou além das barreiras e guetos onde ele é aceito. “Trazer isso para o filme foi o maior desafio”.

Após passar por Indonésia, Canadá, Texas, Holanda, e Ohio, em maio, o filme será exibido no Festival Internacional de Filmes de Saint Tropez, na França, onde concorre nas categorias de Melhor Documentário, Melhor Edição e Melhor Produção. Em julho, estará na programação do Festival Internacional de Madrid. 📺

twitter.com/@derevelines • 638



Fonte: acervo particular

*RevesBrasil*, por outro lado, trabalha texto e entrevista a Pedro Bandeira, “O ‘kara’ da literatura”, como intitula o texto, um dos maiores nomes da literatura infanto-juvenil, escritor de mais de cem livros, com alcance de 30 milhões de vendas de exemplares. Consideramos o conteúdo como tática por abordar literatura para outro público, diferentemente do que foi feito até então. Assim, a seção aborda a série do escrito “Os karas”, bem como sobre aceitação por

parte de jovens e também por crianças, leitura, novos autores e obras para esse público, autores juvenis, influências e inspirações. Tudo em quatro laudas, dando valor à leitura, aos escritores e, outra vez, à literatura. A mesma revista também teve outro destaque como astúcia na *Opinião*, em que apresentou apenas um artigo: “Barravento – a maturidade precoce de Glauber Rocha”, ao invés de dois artigos em duas seções seguidas uma da outra.

#### 4.7.41 Estratégias da edição número 20

Seguindo com a avaliação das estratégias de *Revestrés*, notamos na publicação de número 20, maio/junho de 2015, que elas passam pela veiculação da *Entrevista* com um paulista, ex-presidiário que se tornou escritor ainda durante o período em que estava sob reclusão, e logo após ter sido amparado pela literatura. A revista destaca em “Homem reinventado” que Luiz Alberto Mendes, hoje, é escritor de cinco livros e é colunista da revista *Trip*, dando palestras e oficinas por todo país. A entrevista se deu na oportunidade em que ele ministrava um desses cursos em uma penitenciária de Teresina. Amplia a abordagem e discute criminalidade, sistema prisional brasileiro, reincidência de crimes, literatura, ressocialização, maioridade penal e filmes.

As estratégias dessa edição passam também pelas tradições que fazem parte da cultura piauiense, expondo o barbeiro do mercado público do bairro Mafuá, que atende há 66 anos, na seção *RevesTipos* com o texto intitulado “O barbeiro do Mafuá”; e segue com a seção *RevesMúsica*, com a matéria “Assim não, vali!”, pauta consequente da *Reportagem* “Dossiê cultura”, pois a banda Validuaté apareceu em terceiro lugar na pesquisa como banda piauiense mais conhecida. A matéria conta a história do grupo e revela as outras profissões que cada integrante tem, apontando algumas curiosidades dos seus 11 anos de existência. Finalmente, na *RevesBrasil*, o material que está dentro do título “Mente sã, corpo sã” fala de um dançarino paulista que tem origem familiar japonesa e, após apresentá-lo, aborda a importância de cada um dar atenção a si mesmo, sobre o reconhecimento que ele tem Brasil afora, artista premiado, e analisa o cenário nacional para a dança com relação às iniciativas e aos financiamentos.

#### 4.7.42 Táticas da edição número 20

Observadas através das práticas combinadas de momentos oportunos e maneiras de obter possibilidades de ganho, as táticas de *Revestrés* número 20, maio/junho de 2015, edição Raimundo Soldado, visibilizam-se, principalmente, na capa, passando pelo editorial e chegando

na *Reportagem*, sobre dados de consumo da cultura pelos piauienses obtidos por meio de pesquisa por uma amostragem de 300 pessoas de diferentes bairros de Teresina. A justificativa para a encomenda é de que não existem dados oficiais sobre a cultura por parte dos órgãos de cultura. Isso fica claro no editorial “Um dossiê sobre algo que nos interessa: nós mesmos”. A própria revista é quem encomenda e expõe a pesquisa para obter dados, mas, mesmo não levando em conta as diferentes realidades do estado, as inferências são generalizadas. “A pesquisa foi realizada em Teresina, mas é bastante razoável supor que os dados obtidos refletem a realidade do estado – ou nos dão uma boa noção disso” (*Revestrés*, p. 3, maio/junho de 2015), aponta o *Editorial*.

Contudo, é a própria *Reportagem* “Dossiê cultura” que aponta superficialmente algumas divergências entre os municípios do interior, quando lembra a *Reportagem* publicada na *Revestrés* 18 sobre a produção de filmes na região de Picos, no interior do estado, e ressalta que as exposições acontecem em praças públicas e ginásios poliesportivos, pois as cidades da região não têm salas de cinema, apenas Picos tem perspectivas de inauguração com a chegada de dois shoppings. Pelos indícios verificados, consideramos que as táticas da revista passaram por realizar a pesquisa, explicar as motivações que levaram à investigação por amostra, assim como as maneiras como foram realizadas, porém, ao fazer isso, a publicação pecou por não considerar outros contextos e por tentar confundir a realidade da capital do Piauí com a do interior do estado, onde existem poucos espaços voltados para a produção cultural. Os dados seriam mais ricos se a amostra considerasse, ao menos, alguns municípios.

Figura 34 - *Revestrés*, p. 35, n. 20, mai/jun. 2015



Fonte: acervo particular

Ao privilegiar esse tipo de abordagem do consumo de cultura da capital em detrimento das atividades culturais dos piauienses que estão fora de Teresina, *Revestrés* intervém na construção das memórias e, de forma intencional ou não, acaba provocando esquecimentos. E pela ligação que as memórias têm com as identidades, essa postura do impresso pode levar a consequências mais sérias, no sentido de tomar como do estado aquilo que é resultado de uma

abrangência limitada, já que, como diz Pollak (1989, p. 11), “as memórias coletivas impostas e defendidas por um trabalho especializado de enquadramento, sem serem o único fator aglutinador, são certamente um ingrediente importante para a perenidade do tecido social e das estruturas institucionais de uma sociedade”.

#### 4.7.43 Estratégias da edição número 21

Na análise das páginas da *Revestrés* número 21, julho/agosto de 2015, edição Renato Castelo Branco, observamos a manchete da capa sob o ponto de vista estratégico, pois se refere ao conteúdo da *Entrevista* com a teatróloga Isis Baião. “Por trás das cortinas” versa sobre cinema, trabalhando em nível de Brasil sem perder de vista o estado do Piauí, com o cuidado fazer com que o leitor conheça quão valoroso é o seu trabalho para a cultura. “Pouco conhecida no Piauí, ela foi jornalista de grandes veículos nacionais e é teatróloga com peças premiadas no mundo. Mantém acesos o humor cáustico e a paixão pelo teatro” (*Revestrés*, p. 8, julho/agosto de 2015). Mais uma expansão de conteúdo com o objetivo de contribuir com a divulgação do trabalho pela relevância cultural está na *RevesPoesia* com a matéria “Na trilha da poesia” sobre movimento Itinerância Poética, que viaja o Brasil em uma perua, compartilhando livros e filmes.

Seguindo pelas páginas do exemplar, vemos que existem elementos que estão fincados nas identidades do Nordeste brasileiro, como o cangaço, e que são ratificados pelo periódico, como ao contar histórias de pessoas que valorizam essas características e que preserva elementos de memória sobre Lampião e seu bando. A matéria “Faroeste no chinelo”, na *RevesCangaço*, destaca que “no escritório de um médico, relíquias e histórias de sangue e sertão provam que Lampião está mais vivo que nunca (*Revestrés*, p. 62, julho/agosto de 2015). Mas também há em *Revestrés* tentativas de contribuir para a renovação das identidades nordestinas, como em “Spray, som, ação!”, na *RevesBrasil*, que retrata a arte urbana, a partir de um bate-papo com a pernambucana Ananda Nahú, que “vem quebrando estereótipos e deixando sua marca pelas ruas do sertão de Pernambuco à Big Aple” (*Revestrés*, p. 66, julho/agosto de 2015).



mente em objetos sexuais pela grande maioria. Lutar contra esse estigma ainda é bastante trabalhoso, mesmo porque grande parte das próprias mulheres ajuda a perpetuar isso, confundindo liberdade sexual com exploração sexual.

**R.: Como você tenta mudar isso?**

**A.N.:** Tento mostrar uma imagem positiva da mulher, saindo do clichê mulher-objeto. Sensibilidade, pureza, positividade, força e impacto são características que costumo adicionar nas obras. É muito fácil vender produtos com uma bela imagem feminina. Seja uma pasta de dente ou uma obra de arte, usar uma bela mulher, seminua ou não, é sempre o caminho mais fácil e trilhado por quase todo mundo. Sair desse estereótipo e reinventar a imagem da mulher, dando a ela alguma dignidade e ética, aí são outros quinhentos.

**R.: Como surgiu o interesse pelo grafite e pelo stencil?**

**A.N.:** Quando estava na faculdade de Artes Plásticas, na UFBA, conheci o Izolag Almeida, meu marido, que já mexia com grafite e tinha sua própria crew, seu grupo de grafiteiros, a 071. Quando começamos a namorar ele passou a me levar para pintar nas ruas. Começamos a desenvolver melhor a técnica juntos, e Izolag abandonou sua crew para fundar comigo a Firme Forte Records, nossa gravadora de imagens. Desde então passamos a desenvolver nossos trabalhos individualmente, e quando fazemos produções artísticas juntos, assinamos como Firme Forte Records.

**R.: Como você vê o seu estilo?**

**A.N.:** Estilo é o refinamento de suas referências e influências pessoais e impessoais, organizadas mentalmente e expressadas visualmente. Minha avó materna sempre costurava roupas, e mexia com tecidos, e eu adorava mexer com costura. Na cidade em que cresci, Petrolina, em Pernambuco, era extremamente

popular aquelas padronagens de tecido tipicamente nordestina. Então o universo de tecidos, texturas e padronagens sempre esteve presente. Lá em casa sempre tive à disposição livros de culturas orientais e arte religiosa. Ainda na adolescência comecei a colecionar posters e fiquei afionada pelo assunto: quanto mais imagens de cartazes antigos conseguia, mais queria procurar. Música para mim sempre foi importante. Sempre busquei estudar e ter como referência no meu repertório capas de discos, de diversos estilos, principalmente de rock psicodélico, soul dos anos 60 a 80, rock progressivo, metal, hardcore, punk... Então peguei todas essas influências e passei a expressá-las, de acordo com minhas próprias vivências. Foi natural para mim criar um estilo, entretanto é bastante trabalhoso organizar a mente para perceber todas essas coisas. Não é fácil olhar para dentro de si e dar valor a pequenas coisas que não pareciam importantes. E como usar aquilo a favor no trabalho? É um processo que leva a vida toda.

**R.: E é daí que vem seu interesse em pintar mulheres negras, como Nina Simone?**

**A.N.:** Adoro black music, que vai desde High Life, Afrobeat, Afro cuban, Blues, Ragtime, Jazz, Boogie Woogie, Rhythm and Blues, Doo-wop, Rock & Roll, Soul, Funk, Disco, Hip Hop ... Sempre gostei de ouvir cantoras negras, principalmente as norte-americanas dos anos 60 e 70. No Brasil a cultura negra, africana, também é uma referência forte e sempre procuro coisas que eu tive contato, seja na umbanda, estudando música ou arte negra. Eu não penso em trabalhar porque estou lutando em relação à raça, mas porque estou trabalhando com referências minhas. Eu não gosto de abordar como uma questão de racismo. Eu não vejo cor, vejo beleza.

**R.: Dá pra ver que a música está bem presente no seu trabalho.**

**A.N.:** Eu sempre trabalho ouvindo música e, junto com meu marido, temos o hábito de buscar sons que não conhecemos e ouvir de tudo que achamos interessante. Trabalhamos no nosso estúdio a maior parte do tempo, cortando stencil para colocar na rua e fazendo telas de pintura. Tanto tempo tendo que permanecer em nosso ateliê nos obriga a estar sempre buscando coisas novas para ouvir.

**R.: Essa interação entre pintura e música também estava presente no One Big City, projeto do qual você participou em Nova York, não?**

**A. N.:** One Big City é um projeto criado pelo CEC Arts Links, que é uma organização que busca a interação cultural entre artistas do Leste Europeu e Estados Unidos. Nesse projeto, eles buscavam parear artistas de outros países com nova iorquinos para produzirem interações culturais em comunidades de bairros em Nova York. Fui a primeira latina americana selecionada pela organização. Fiz parceria com o músico americano Jeremy Thal e atuamos nas comunidades do Brooklyn e Bronx. Neste projeto fiz um grande mural no centro cultural BRIC Arts Media (Brooklyn) e pinturas nas ruas do East Village, Dumbo e nos

www.revistarevistas.com.br • 67R

Fonte: acervo particular

Nesse exemplar, o *Homenageado da edição* vem do ambiente da comunicação. “Renato Castelo Branco: um intelectual na publicidade” foi também poeta escritor de 22 livros e uma atuação de destaque na publicidade e propaganda de todo o país, chegando a atuar em empresas renomadas dos Estados Unidos. Além da preocupação em discutir ou propor discussões sobre a comunicação, notamos que a revista se preocupa com a história e as identidades e leva isso

ao leitor. Na *Reportagem* “A cidade não para”, a reflexão é sobre os dilemas da cidade, pensando se existe possibilidade de crescimento, sem perda da história e identidade.

#### 4.7.44 Táticas da edição número 21

Geralmente, os editoriais de *Revestrés* são uma explanação dos aspectos que o leitor encontrará no exemplar, concedendo destaque a algum tema da edição em alguns momentos. Porém, no impresso de número 21, de julho/agosto de 2015, edição Renato Castelo Branco, o texto que expressa a opinião do veículo apresentou-se como uma defesa à controvérsia provocada pela edição anterior, que divulgou os resultados da pesquisa por amostragem realizada em Teresina. Apesar de a edição 21 veicular uma matéria com a continuação dos dados da pesquisa de opinião no “Dossiê cultura parte II”, chama atenção a maneira como abre o *Editorial*, primeiro falando sobre as discussões, que chegaram até a revista, de contestação e de aprovação quanto à metodologia utilizada, depois, abordando a continuação e dando respostas às críticas, inclusive de limitação à capital, como demonstra o trecho:

Não podemos deixar de registrar que houve ainda pessoas que, corretamente, contestaram a pesquisa afirmando que ela não foi realizada em todo o estado e que reflete “apenas” a situação da capital. Sim, sabemos disso. E esperamos que, em breve, possamos ampliar mais ainda a tentativa de leitura desse “cenário” cultural em todo o estado. Mas em um estado onde em praticamente todas as cidades não há livrarias, nem cinemas, nem galerias, nem teatros, nem nenhuma ação em favor da produção cultural além do talento, esforço e garra dos próprios artistas de todas as áreas, a situação em Teresina reflete de forma muito significativa como anda o consumo da produção cultural pelos piauienses (*Revestrés*, p. 2, julho/agosto de 2012).

A matéria citada, “Dossiê da cultura parte II”, também é uma ação tática. Trata-se da continuação da exposição feita na edição número 20 sobre os dados da pesquisa realizada em Teresina acerca do consumo de cultura. A revista é quem encomenda a investigação por amostragem e, então, expõe os dados em forma de notícia, o que é pouco comum no jornalismo, pois, normalmente, o papel desse ofício é divulgar, informar e interpretar os resultados obtidos por instituições com alguma credibilidade, mas não participar de todo o processo. Nessa segunda parte, *Revestrés* oferece a continuação do dossiê sobre os espaços arquitetônicos e as manifestações folclóricas, entre outras, como a gastronomia, que teve pratos reconhecidos como típicos do Piauí.

#### 4.7.45 Estratégias da edição número 22

Para trabalhar o plano estratégico de revista piauiense, com visibilidade para a cultura brasileira, nessa publicação número 22, outubro/novembro de 2015, edição Maestro Luiz Santos, a revista sai do estado para trabalhar a cultura do Brasil da maneira como se propõe no seu plano editorial e vai a Pernambuco para visitar o Memorial J. Borges e para uma conversa com ele, que é considerado o maior cordelista do agreste. Nessa edição, essa estratégia atinge a *Entrevista*, cujo personagem é o curador de fotografia e arte, paulista, “Eder Chiodetto: Em busca da vertigem”. O texto analisa fotografia, arte contemporânea, mercado, mas sem relação alguma com o Piauí. Há, ainda, uma tentativa de extrapolar as fronteiras do país para reconhecer mais culturas, chegando a pautar a matéria da *RevesLiteratura* da vez, escrita sobre a terra de nascimento de Gabriel García Márquez, Aracataca, na Colômbia, por uma colaboradora em intercâmbio no país. A cidade do escritor faz referência a Macondo, cidade fictícia da obra *Cem anos de solidão* do mesmo autor. Dessa forma, “Macondo existe!” revela uma narrativa estratégica de descrição, contextualização e interpretação, para além das terras piauienses.

Outras matérias vão além do Piauí, como “Se o mundo acabasse em mel”, sobre cantor pernambucano que vive em São Paulo, e “Celebridade anônima”, da seção *RevesMúsica*, sobre cantora de jazz que é disco de ouro na Europa. Nesse último texto, a revista ressalta a ligação da pauta com o estado, pois a personagem é professora do curso de música em Teresina. Portanto, esses rastros indicam que muito mais que a cultura piauiense está sendo deixado para as memórias por meio da revista, pela coragem de abordar a cultura brasileira e a cultura nordestina como modos de expandir os debates e prestigiar outras produções, sem perder o foco do planejamento, que é o Piauí. O estado aparece na *Reportagem*, com matéria investigativa sobre as leis estaduais de incentivo à cultura e as da capital, comparando com dados sobre editais nacionais sob o título “Cultura e negociação”. Assim também o *Homenageado da edição* continua sendo piauienses de renome pelas produções culturais, dessa vez, o maestro Luiz Santos, compositor e professor em Teresina.

Observamos mais práticas astuciosas nesse exemplar. O entrevistado da edição número 20, Luís Alberto Mendes, é assunto de nota na coluna *Ademã* na revista de número 22. O escritor volta a ser pauta em *Revestrés* estrategicamente sobre a sua trilogia “Memórias de um sobrevivente”, “Às cegas” e “Confissões de um homem livre”. No mesmo espaço, o impresso jornalístico lembra que Luís também escreve para o site da revista – [revistarevestrés.com.br](http://revistarevestrés.com.br). Também é assunto na coluna o fato de um fotógrafo piauiense ter sido contemplado do XV Prêmio Funarte Marc Ferrez de Fotografia, com o trabalho “Um olhar, uma cidade: Guilherme Muller e a invenção do visual de Teresina”. Nessa nota, *Revestrés* recorda que o *Ensaio*

*Fotográfico* “Um olhar sobre o sonho de cidade” já apareceu no exemplar de número 8, de junho de 2013, edição Elvira Raulino.

#### 4.7.46 Táticas da edição número 22

As táticas da última publicação de 2015, número 22, de outubro/novembro, edição Maestro Luiz Santos, se concentram nas seções *Opinião*, *RevesBrasil*, *Occupy a Reves* e *As 10 Dicas*. Na *Opinião*, destacamos o artigo sobre “Peregrinação: oração e ação”, que discute uma pauta poucas vezes usada e ousada por *Revestrés* ao longo desses quatro anos de existência: religião. Contudo, embora o assunto tenha obtido pouca frequência, quando aparece, propõe reflexão. No caso desse texto em análise, a colaboradora convidada abordou as formas de espiritualidade, mas de forma responsável, sem taxações nem mesmo sob a justificativa de permissividade do gênero. Com isso, a revista trabalha a temática sem se fechar a uma manifestação religiosa, de modo que pode ganhar mais públicos, sem, no entanto, atingir outros.

“Religião. Cremos. Contradições. Dúvidas. Especulações. Religiosidade e fé ou religião e racionalidade jamais permitiram e, possivelmente, jamais permitirão respostas únicas e satisfatórias. Isso porque são esferas abstratas, que se movem a partir dos sentimentos humanos” (*Revestrés*, p. 22, outubro/novembro de 2015).

Semelhantemente, *RevesBrasil* tratou um tema que não é comum no plano estratégico da revista, o feminismo. A entrevista intitulada “Extraterrestre” foi realizada com a artista plástica, escritora e filósofa Márcia Tiburi sobre feminismo, filosofia, redes sociais, educação, política, sem aprofundamentos. Notamos que a mesma tática foi usada de forma pontual em algumas outras publicações, até dando mais destaque e visibilidade à discussão. Isso revela uma proposta de abrangência e mesclagem de públicos, que aborda temas que ultrapassam as manifestações artísticas para abarcar a cultura de maneira muito mais compreensiva e diversificada. Com isso, os rastros de memórias que encontramos em *Revestrés* demonstram sua versatilidade e preocupação com a renovação e valorização de aspectos diversificados, que caracterizam a sociedade hoje.

Figura 36 – *Revestrés*, p. 64, n. 22, out/nov. 2015



REVES BRASIL

# A EXTRATERRESTRE

Márcia Tiburi é artista plástica, escritora, filósofa e já se aventurou como apresentadora de televisão. Sempre foi feminista, mas só se identificou como tal depois do programa Saia Justa, no canal GNT. "Ali eu comecei a ver como era pesado ser mulher".

**POR NAYARA FELIZARDO**

**E**la não se conteve em se tornar uma das poucas mulheres a estudar a relação entre feminismo e filosofia e decidiu levar o debate para o restante do Brasil com a proposta de um partido político, a #partida. Com as ideias que defende, a filósofa feminista também redefine o significado de ser extraterrestre, como ela mesma se caracteriza.

Em entrevista à *Revestrés*, Márcia Tiburi falou sobre a "felicidade de plástico" que vivemos e não se furtou à reflexão acerca da educação, das redes sociais e do conceito de "fascistização" da sociedade atual.

\* \* \*

**Revestrés** - Na prática, como se aproximam o feminismo e a filosofia?

**Márcia Tiburi** - O meu feminismo é a consequência da minha investigação filosófica. Inclusive, eu nem me afirmei militante do feminismo muito cedo. Eu descobri o feminismo estudando a filosofia mais tradicional e escrita pelos homens, a filosofia que tem uma epistemologia patriarcal. Estudando essa filosofia é que eu acabei desconfiando do que estava escrito, que acabei encontrando no primeiro momento uma investigação necessária e bem urgente sobre a forma como as mulheres eram representadas nas teorias filosóficas, ou o que os homens diziam das mulheres. Eu vi um nexo imediato entre o que os homens diziam das mulheres na filosofia e o modo como elas eram representadas na literatura, na história das artes visuais, da pintura, sobretudo. Quando eu me disse feminista foi na época em que eu fazia televisão. Porque enquanto eu era só uma professora, dando aula de filosofia, não tinha percebido. Pra mim eram questões teóricas. Eu não tinha tido o insight prático em relação ao feminismo. Até porque sempre vivi meio que em uma bolha. Estudando filosofia, mestrado em filosofia, doutorado em filosofia, dando aula de filosofia, só com homens praticamente a vida inteira. Quase nunca havia uma mulher filósofa no meio. E eu sempre fui tratada como tal, como homem. Nunca houve nada que pudesse sinalizar para o fato da violência, do aviltamento, da humilhação por ser mulher. Ao contrário, no meu caso específico, no âmbito da nossa cultura - muito entre aspas - só me dei bem por ser mulher. E eu, por sorte e pelas circunstâncias, não sofri grandes violências. Mas quero deixar bem claro: não

Fonte: acervo particular

Por outro lado, a seção *Occupy a Reves* mais uma vez veiculou produção de leitor, com a proposta de interação entre quem faz e quem consome a cultura veiculada na revista, demonstrando sua tentativa de abarcar as mais variadas atividades e expressões que estão espalhadas pelo Piauí e pelo Brasil. Dessa vez, uma ilustração ocupou a página dedicada à seção. O espaço dedicado a *As 10 Dicas* também desperta olhares para a prática astuciosa que rompe o padrão estabelecido pela abordagem das notas. As dez versaram sobre música, por o

colaborador e propositor das dicas se tratar de um músico, revelando seus gostos e atenções, de forma subjetiva e valorativa. Há, ainda, a coluna *Ademã* dessa edição, entendida do ponto de vista tático por apresentar apenas duas notas mais a dica do Ibrahim em uma lauda, diferente de outros momentos em que ocupa duas laudas do impresso; e a seção *Um outro olhar*, que apresentou duas poesias no espaço de uma página.

## 5 CONSIDERAÇÕES

Um dos desafios do jornalismo hoje é trabalhar sob as pressões do tempo presente, dentro de uma sistemática imperiosa que torna facilmente os acontecimentos em envelhecidos e impele a uma busca descomedida pelo que é novo. Entretanto, a sobreposição de episódios em forma de notícias e o turbilhão de eventos que a sociedade vivencia ao mesmo tempo não diminuem os encargos profissionais. É importante ter consciência de que o trabalho jornalístico pode permanecer, seja no suporte físico ou não, através das memórias coletivas e individuais. Entre as responsabilidades que recaem à profissão, ressaltamos o peso que lhe é posto pelo entendimento dos lugares de memória e de que o jornalismo é um certo lugar de memória, portanto, suas produções não morrem com a sucessão de outras.

A partir dessa perspectiva do jornalismo enquanto um dos suportes mnemônicos que ajudam a construir sentidos sobre as realidades sociais, reforçando identidades através do que é apresentado e da forma como o é por meio dos veículos midiáticos, as práticas cotidianas da revista de Jornalismo Cultural *Revestrés* estão atreladas notadamente à construção e reconstrução das identidades piauienses, embora não deixe de trabalhar pautas nacionais e até internacionais. Dessa forma, chegamos à resposta sobre o objetivo principal desta pesquisa, que é analisar o papel da revista *Revestrés* na (re)construção das memórias e das identidades piauienses, através do uso de estratégias e táticas e notamos que os rastros de memória indicam que, em alguns momentos, o impresso atua contribuindo com o fortalecimento de aspectos que caracterizam a população, a partir de sua valorização em pautas e em espaços de visibilidade das suas páginas; e em outros, propondo a renovação e a reinvenção da cultura local; ambos revelados em ações dos tipos estratégia e tática, segundo análise realizada com base na proposição metodológica de Certeau (2014).

A primeira hipótese de que *Revestrés* contribui para a construção das memórias e identidades culturais do Piauí ao trabalhar temáticas locais entre estratégias e táticas e ao contextualizar discussões, expandindo a esfera de tratamento, com reflexões críticas propícias ao segmento, deixando rastros e pistas das manifestações da sociedade atual que colocam a revista como lugar de memória sobre os costumes, vivências e atividades artísticas foi comprovada. Então, consideramos a atuação da revista especializada relevante no contexto do Piauí e do Brasil, pois em um mundo globalizado como o nosso, em que há multiplicidade e hibridismo de culturas, colocamos a importância de valorizar os aspectos culturais que são considerados típicos de uma região, não obstante a toda mistura e influência mútua entre as culturas.

Além do mais, vale ressaltar que no jornalismo de revista as pressões temporais são mais amenas, pois esses veículos midiáticos têm o tempo como aliado da apuração. No caso da *Revestrés*, são dois meses entre uma edição e outra, o que possibilita que as pautas sejam melhor investigadas, mais fontes sejam ouvidas e documentos sejam checados, fazendo com que o conteúdo noticiado não seja limitado pela pressa e pelo foco no factual e no tempo presente. Do mesmo modo, a estrutura e a diagramação dão espaço para a criatividade na forma de escrever e de gerir as pautas, características que a revista analisada tem por fazer uso de elementos gráficos que enriquecem o material publicado, com textos e imagens que dialogam entre si e que tornam o conteúdo atrativo.

Vale ressaltar que, embora o intervalo de um bimestre seja considerado apropriado e até largo para a investigação e produção jornalísticas, é comum ocorrerem atrasos entre algumas publicações de *Revestrés*. Dada a temporalidade bimestral da revista, seria adequada a publicação de seis exemplares por ano, porém, em dois, dos quatro anos avaliados, só foram veiculadas cinco edições, e com certo atraso. Em 2012, a primeira saiu em fevereiro, enquanto a seguinte só foi publicada entre maio e junho desse ano, seguindo com as outras quatro sem retardamento. Já em 2015, último ano de nossa análise, a edição de outubro/novembro foi veiculada com demora, saindo somente em dezembro, o que impossibilitou que o exemplar referente aos meses de novembro/dezembro fosse produzido em tempo hábil para a publicação no mesmo ano.

O primeiro objetivo específico desta dissertação é identificar as temáticas trabalhadas e a frequência das manifestações culturais que aparecem na revista, para o qual tínhamos a hipótese de que *Revestrés* daria destaque e notoriedade às manifestações artísticas, considerando a cultura como algo mais ligado às artes (literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura e cinema), ao clássico, ao erudito e não à cultura em um sentido mais antropológico. Com a pesquisa, observamos que, de fato, as manifestações culturais que mais aparecem dizem respeito às artes, principalmente, literatura, seguida de música, entretanto, o periódico combina diversidade temática e relaciona estrategicamente costumes, valores, gastronomia, cultura popular (como arte santeira ou bumba meu boi), artes de ruas (como o grafite) e vai além do ambiente estético convencional e das estratégias, colocando em pauta de modo tático temas, como esporte, homossexualidade, racismo e feminismo e, atingindo outros grupos, a partir das abordagens que se dão por meio de reapropriações inventivas e de negociações perante o plano estratégico da revista.

Ainda sobre o conteúdo, a história do Jornalismo Cultural do Piauí mostra que os temas se ampliaram muito desde o século XIX. O início do seu desenvolvimento está atrelado à

literatura, ou seja, os jornais eram apenas suportes para a veiculação de textos essencialmente literários. Com David Caldas, a crítica chegou aos veículos jornalísticos piauienses, marcando, de fato, o surgimento do Jornalismo Cultural no estado e contribuindo para seu estabelecimento e ampliação. Hoje, quadrinhos, grafite, moda, fotografia, gastronomia e curiosidades integram o conteúdo das páginas de cultura. A revista, objeto de nossa investigação, trabalha com um leque de temas tão diverso que não é possível classificá-los em categorias fechadas, relacionando seu entendimento por cultura tão somente às artes, porque ela é muito mais abrangente e trabalha também as tradições, os costumes e os valores.

Contudo, *Revestrés* prioriza as pautas cujo ambiente geográfico se refere preponderantemente à capital do Piauí, o que demonstra que essa é uma publicação focada prioritariamente na ideia de urbanismo, em oposição à cultura do interior do estado, de provincianismo, a qual é menos relacionada. Nas *Reportagens* sobre o “Dossiê cultura I e II”, assim como na investigação proposta em “Cadê a cultura que estava aqui? I e II”, o impresso se volta integralmente para a realidade cultural de Teresina, sob a justificativa de que ela pode ser facilmente generalizada para o interior do estado. Porém, é preciso reconhecer que se tratam de ambientes e contextos socioculturais divergentes. Consideramos que essa postura é prejudicial, porque a cultura é um ambiente, essencialmente, diversificado, polêmico, onde ocorrem disputas, não é essencialista.

Nessa proposta de investigar como a publicação trabalha, a partir de estratégias e táticas, a cultura piauiense e quais rastros deixa para as memórias coletiva e histórica, notamos, em alguns momentos no plano estratégico limitação na diversificação dos entrevistados, ouvindo e dando voz, especialmente, a fontes oficiais e *experts*, que são artistas, especialistas, pesquisadores, para desenvolver e sustentar discussões que dizem respeito à sociedade como um todo. Nesse ponto, o Jornalismo Cultural da revista piauiense não cumpre integralmente o papel de analista social, porque se restringe na abrangência geográfica, desconsiderando outros municípios piauienses, e também de fontes, por vezes, desconsiderando a comunidade. Ocorre na *Reportagem* “Onde estão as referências de Teresina?”, que não traz a opinião de nenhuma pessoa comum, que não seja especialista na área, mas que se interesse pelo patrimônio onde vive; tampouco apresenta uma resposta das autoridades competentes pela fiscalização e conservação à cobrança e crítica apresentadas. O texto faz referência apenas à capital do Piauí e não considera outras cidades piauienses, onde o fenômeno avaliado poderia ser encontrado facilmente. Nesse aspecto, a matéria poderia ter sido melhor explorada, proporcionando uma discussão mais ampla e deixando vestígios de uma situação que é comum em todo o Estado, o abandono do patrimônio histórico.

Então, se por um lado a revista abunda porque diversifica a cultura, com estratégias e táticas que apontam para o bom trabalho sobre os ambientes nacional e internacional, como na matéria sobre a capital do livro, Buenos Aires, ou sobre Gabriel Garcia Márquez, por meio de matéria na Colômbia, mas de forma secundária, ao mesmo tempo, ela se fecha, porque não explora o próprio estado onde ela está e o qual se propõe no plano estratégico, ao se lançar como periódico jornalístico segmentado em cultura no Piauí. Poucas são as vezes que *Revestrés* vai ao interior do estado buscar fonte de conteúdo ou que leva em consideração as particularidades dos outros 223 municípios, onde, em sua maioria não existem salas de cinema, por exemplo, ou outros espaços culturais. É conveniente abrir as portas para além do ambiente urbano, porque, de forma intencional ou não, gera esquecimentos de memórias, e pela ligação entre ela e as identidades, há também outras consequências.

Supúnhamos ainda que, através de estratégias e táticas, o impresso priorizaria a investigação e levantaria questionamentos acerca da produção cultural do Piauí e da sua valorização, produziria reflexões e discussões que ecoariam nas memórias coletiva e histórica, deixando rastros e indícios no Estado e observamos com a realização da pesquisa que em *Revestrés* o teor crítico e reflexivo é nítido, especialmente, nas suas *Entrevistas*, *Reportagens* e em matérias, utilizado de modo estratégico pelo periódico com questionamentos que se apresentam a partir dos títulos e chamadas e também a partir de ações táticas, com abordagens sobre temas que fogem dos padrões estabelecidos pelo impresso ao longo dos anos. Porém, não obstante a importância e a essencialidade da crítica no jornalismo especializado em cultura, notadamente, no texto denominado crítica cultural ou por outros de resenha, o que observamos é a ausência desse formato jornalístico no periódico em estudo.

A revista adota táticas no sentido de trabalhar maneiras de fazer diferentes e inventivas, indo além das páginas impressas. Assim, intervém nas práticas culturais ao realizar saraus, eventos que contam com intervenções de artistas musicais e literários, em Teresina, bem como ao encomendar intervenções urbanas a artistas como forma de divulgar a própria revista de Jornalismo Cultural e a cultura, as quais são publicadas no próprio impresso, como aconteceu em “*Revestrés: já pra rua!*” sobre a relação da publicação com a cidade, através do olhar de artistas. No entanto, outra vez, as astúcias investidas pelo impresso se situa no ambiente da capital do Piauí, limitando as ações que poderiam ecoar nas memórias coletiva e histórica, deixando rastros e indícios em todo o Estado.

Embora as dicas de livros, filmes e exposições tenham identificação com a chamada agenda cultural considerada prejudicial ao jornalismo especializado em cultura pela superficialidade com que as manifestações são tratadas, a revista dispõe colunas desse tipo, mas

o faz com a tentativa de se diferenciar, com a humanização do conteúdo. Por meio de colaboradores, trabalha notas com sugestões baseadas nos gostos pessoais dos convidados. Dentro da mesma proposta de valorização das pessoas notadamente piauienses ou aquelas que têm alguma ligação com o estado, *Revestrés* aborda personagens, conta histórias de gente, e essa postura do periódico ajuda a criar identificações entre o leitor e a revista e entre o leitor e o Piauí, fortalecendo uns aspectos identitários e renovando outros.

Finalmente, como último objetivo específico propomos avaliar quais aspectos identitários e mnemônicos da cultura piauiense estão sendo construídos, reconstruídos e valorizados na revista editada no Piauí. A hipótese de que o impresso especializado em cultura resgata peculiaridades dos piauienses e as coloca em discussão, valorizando aspectos culturais do estado que já estão postos e, assim, contribuindo para o fortalecimento das identidades, mas também propondo sua reconstrução a partir do reconhecimento de outras características foi confirmada. As estratégias de *Revestrés* demonstram uma revista que tem o intuito de enaltecer e de resgatar características que estão vinculadas ao ser piauiense, mesmo do ponto de vista popular, do senso comum, ao trabalhar pautas como a seca, em *Ensaios fotográficos*, por exemplo. O plano estratégico ajuda a manter a publicação especializada com a ratificação de práticas e aspectos culturais historicamente ligados ao estado por razões diversas. Da mesma forma, tal planejamento editorial propõe a renovação, a continuidade da construção da cultura local pelo enaltecimento e ligação de outras práticas, como a arte de rua, a grafiteagem.

O uso de táticas também colabora com a manutenção da revista e com a reconstrução da cultura, pois elas dizem respeito às maneiras de fazer que fogem do eixo planejado e partem para a exploração de outros aspectos da cultura dentro de atitudes inventivas que se encontram na diagramação e no uso de elementos gráficos e recursos visuais, como cores, textos e fotos, que chegam a reinventar as práticas engendradas pelo Jornalismo Cultural feito no Piauí, valorizando ações cotidianas em uma proposta que passa pela perspectiva de um novo olhar sobre a cultura piauiense e chega às identidades. Ainda assim, consideramos necessária a ampliação das estratégias e táticas para abordagem de forma mais contínua e menos tímida de culturas, como a indígena e a negra, que têm presença significativa no Piauí historicamente. Existem comunidades que preservam as tradições e costumes até os dias atuais, seja por meio de práticas, como a dança, seja por meio de maneiras de viver, como as que estão embasadas nas crenças religiosas.

Reconhecemos que o jornalismo não é o único interventor na construção das memórias e que as lembranças são individuais e coletivas, mas que ele é um dos que trabalham nessa construção, é *um* dos lugares de memória. A análise de uma revista vinculada ao Jornalismo

Cultural, como *Revestrés*, possibilita a leitura sobre como o trabalho vem sendo executado pela equipe que faz o impresso e sobre quais memórias está deixando, como está deixando, assim também nos ajuda a entender o jornalismo como peça fundamental para a democratização e acesso às diferentes culturas. Considerando a *Revestrés* como um lugar de memória da cultura piauiense, percebemos que essas lembranças são muito favoráveis à cultura da cidade, ao urbanismo, ao que é moderno no Piauí, e desfavoráveis ao que é do interior, ao que é ruralizado, assim como às manifestações da cultura negra e indígena que, portanto, são memórias que estão sendo marginalizadas pelo impresso. Sugerimos a ampliação da abrangência geográfica e de conteúdo para que, nem as memórias, nem as identidades piauienses sejam prejudicadas.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. *A construção da notícia*. Tradução Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ARQUIVO PÚBLICO DO PIAUÍ CASA ANÍSIO ABREU. *Inventário do Acervo de Revistas*. Teresina, 2005.

BALLERINI, Frantjesco. *Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática*. São Paulo: Summus, 2015.

BARBOSA, Marialva. Jornalistas, "senhores da memória"? In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2004, Porto Alegre. *Anais...* Disponível em: <<http://www.ccmj.org.br/sites/default/files/BARBOSA%20Marialva.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2015.

\_\_\_\_\_. Mídias e usos do passado: o esquecimento e o futuro. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 12, p. 13-26, dez. 2006.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Tradução de Luiz Antero e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BASSO, Eliane F. Corti. Jornalismo cultural: uma análise sobre o campo. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. *Anais...* Brasília: Universidade de Brasília, 2006, p. 1-12. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1869-1.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

\_\_\_\_\_. Jornalismo cultural: campo de produção e prática profissional. *Cultura e mercado*, 2007. Disponível em: <<http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/revistas/cultura-e-mercado-jornalismocultural-em-pauta/>>. Acesso em: 27 set. 2011.

\_\_\_\_\_. Jornalismo cultural: subsídios para uma reflexão, 2008. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/5624278/Jornalismo-Cultural-Subsidios-para-uma-reflexao>>. Acesso em: 20 jul. 2011.

BASTOS, Cláudio de Albuquerque. *Dicionário Histórico Geográfico do Estado do Piauí*. Teresina: Fundação Cultural Monsenhor Chaves, 1994.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Tradução Ephraim Ferreira Alves. 22 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

COELHO, Marcelo. *Crítica cultural: teoria e prática*. São Paulo: Publifolha, 2006.

DURAN, Marília Claret Geraes. Uma leitura do cotidiano escolar com Michel de Certeau. *International Studies on Law and Education*, set-dez 2012 - CEMOrOc-Feusp / IJI-Univ. do Porto. Disponível em: <<http://hottopos.com/isle12/43-48Marilia.pdf>>. Acesso em: 30 nov. 2015.

FARO, José Salvador. *Jornalismo cultural: informação e crítica, mais que entretenimento. Fusões: cinema, televisão, livros e jornal*. Editora Metodista: 2007. Disponível em: <<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/docentes/artigos/artigo-0057>>. Acesso em: 27 set. 2011.

FERREIRA, Mayara Sousa. Memória coletiva e identidade piauiense nas páginas de *Revestrés*. In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA - ALCAR, Porto Alegre – RS. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, 2015. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-imprensa/memoria-coletiva-e-identidade-piauiense-nas-paginas-de-revestres/view>>. Acesso em: 5 set. 2015.

FERREIRA, Mayara Sousa; OLIVEIRA, Thamyres Sousa. A cultura, a memória e o consumo nas páginas da *Revestrés*. In: VII SEMANA DE COMUNICAÇÃO DO CEUT, 2014, Teresina. *Anais...* Teresina: Centro de Educação Unificada de Teresina, 2014.

FERREIRA, Mayara Sousa; SILVA, Dácia Ibiapina da. Visibilidade das manifestações culturais no jornalismo da revista *Revestrés*. In: 12º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2014, Santa Cruz do Sul. *Anais...* Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, 2014. Disponível em: <[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/12encontro/comunicacoes\\_individuais/3788.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/12encontro/comunicacoes_individuais/3788.pdf)>. Acesso em: 11 nov. 2015.

FERREIRA, Vinícius Ribeiro Cordão. *A formação do jornalismo cultural piauiense no século XIX*. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

\_\_\_\_\_; RÊGO, Ana Regina. Almanach da Parnahyba: as memórias que ecoam das águas. In: 8º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2011, Guarapuava - PR. *Anais...* Guarapuava - PR: Unicentro, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Almanaque%20da%20Parnaiba.pdf/view>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

\_\_\_\_\_. Do jornalismo político a visibilidade literária: o panorama da imprensa piauiense no século XIX. *Temática*, ano X, n. 9, setembro, 2014 - NAMID/UFPB. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/20726/11455>>. Acesso em: 12 out. 2015.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. 25 ed. Tradução Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

GOMES, Marcelo Bolshaw. A cultura como dupla mediação social e a tese das três mudanças estruturais na sociedade contemporânea. *Revista Contrapontos*, Itajaí, SC, v. 5, n. 1, p. 109-124, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw2-cultura.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

GOMIS, Lorenzo. *Teoria del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.

GONÇALVES, Teresa Albuquerque Ribeiro. Visibilidade artística na Revista Alvorada. In: 3º ENCONTRO REGIONAL NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA – ALCAR NORDESTE, 2014, São Luís. *Anais...* São Luís: Universidade Federal do Maranhão, 2014. Disponível em: <[http://media.wix.com/ugd/8f64f5\\_29d4304890cb4195af88fac42e444f3b.pdf](http://media.wix.com/ugd/8f64f5_29d4304890cb4195af88fac42e444f3b.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2015.

\_\_\_\_\_. *Jornalismo cultural piauiense durante o Estado Novo*. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia). Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2015.

GUEDES, Fillipe França Ferreira. *Economia Criativa no Jornalismo Cultural Teresinense: análise da revista Revestrés*. 95 p. Monografia - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2014.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Tradução Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 9 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

\_\_\_\_\_. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Organização: Liv Sovk; Tradução: La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

LANÇA, Isabel Babo. A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. *Trajectos - revista de comunicação, cultura e educação*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, n. 6, primavera/outono, 2005.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas, SP: ED. UNICAMP, 2013.

LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Identidade cultural e arqueologia. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, n° 20, p. 33-36. 1984. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/RevPat20.pdf>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

MOUILLAUD, Maurice. *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MOURA, Iara Conceição Guerra de Miranda. O impacto cultural da Academia Piauiense de Letras para os intelectuais do Piauí no século XX. In: XXVII Simpósio Nacional de História, 27., 2013, Natal - RN. *Anais...* Disponível em: <[http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364750093\\_ARQUIVO\\_TEXTOPARA\\_SNH-2013\\_1\\_.pdf](http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364750093_ARQUIVO_TEXTOPARA_SNH-2013_1_.pdf)>. Acesso em 16 ago. 2014.

MOURA, Ranielle Leal. História das Revistas Brasileiras: informação e entretenimento. In: VIII Encontro Nacional de História da Mídia, 2011, Guarapuava-PR. *Anais..* Guarapuava-PR: Unicentro, abr. 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Historia%20das%20Revistas%20brasileiras%202013%20informacao%20e%20entretenimento.pdf/view>>. Acesso em: 18 ago. 2013.

MOTA, Célia. Jornalismo cultural como exercício crítico. *Cultura e mercado*, 2007.

Disponível em: <<http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/revistas/cultura-e-mercadojornalismo-cultural-em-pauta/>>. Acesso em: 27 set 2011.

NORA, Pierre. O retorno do fato. IN: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História: novos problemas*, 1974.

\_\_\_\_\_. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução Yara Aun Khoury. *Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP, São Paulo*, n. 10, p. 7-28, dez. 1993.

OLIVEIRA, Maria Marly de. *Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses*. 5 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

PALACIOS, Marcos. Convergência e memória: jornalismo, contexto e história. *Matrizes*, São Paulo, ano 4, n. 31, 2010.

PINHEIRO FILHO, Celso. *História da Imprensa no Piauí*. 2 ed. Teresina: Zodíaco Editora, 1988.

PINHEIRO FILHO, Celso. *História da Imprensa no Piauí*. 3 ed. Teresina: Zodíaco Editora, 1997.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: <[http://www.uel.br/cch/cdph/arqtxt/Memoria\\_esquecimento\\_silencio.pdf](http://www.uel.br/cch/cdph/arqtxt/Memoria_esquecimento_silencio.pdf)>. Acesso em: 8 jun. 2015.

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/viewArticle/1941>>. Acesso em: 30 abr. 2012.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. 3 ed., São Paulo: Contexto, 2009. (Coleção Comunicação).

QUERÉ, Louis. Acontecimento e experiência pública. Tradução Isabel Babo Lança. *Caleidoscópio* - revista de comunicação e cultura. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, n. 10, jun. 2011. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/3703/2484>>. Acesso em: 4 jan. 2014.

RAMONET, Ignacio. Ser jornalista hoje. In: \_\_\_\_\_. *A tirania da comunicação*. Tradução Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

RÊGO, Ana Regina. *Imprensa Piauiense: atuação política no século XX*. Teresina: Fundação Monsenhor Chaves, 2001.

\_\_\_\_\_. Revista Cadernos de Teresina - veículo de divulgação da cultura piauiense. In: RÊGO, Ana Regina. *Jornalismo, cultura e poder*. Teresina: EDUFPI, 2007. p. 249-272.

\_\_\_\_\_. Jornalismo e memória: entre o tempo e a ética. In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2012, Curitiba. *Anais...* Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2012.

\_\_\_\_\_. A Ditadura Militar no jornalismo: uma abordagem a partir do conceito de lugar de memória. *Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)*, v. 3, n. 2, jul./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.unicentro.br/rbhm/ed06/dossie/02.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2015.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 1, fev. 2012.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 2, mai/jun. 2012.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 3, jul/ago. 2012.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 4, set/out. 2012.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 5, nov/dez. 2012.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 6, jan/fev. 2013.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 7, mar/abr. 2013.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 8, fev. 2013.

REVESTRES. Teresina: Quimera, n. 9, fev. 2013.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 10, fev. 2013.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 11, fev. 2013.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 12, jan/fev. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 13, mar/abr. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 14, mai/jun. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 15, jul/ago. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 16, set/out. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 17, nov/dez. 2014.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 18, jan/fev. 2015.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 19, mar/abr. 2015.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 20, mai/jun. 2015.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 21, jul/ago. 2015.

REVESTRÉS. Teresina: Quimera, n. 22, set/out. 2015.

REVISTA REVESTRÉS. Revestrés. Teresina, [2013]. 1 folder.

RICOEUR, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. Tradução Alain François et al. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

RIVERA, Jorge B. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2006.

ROSA, Marcia Eliane. Jornalismo cultural para além do espetáculo, *Líbero*, São Paulo, v. 16, n. 31, p. 69-76, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/07-Marcia-Eliane.pdf>>. Acesso em: 24 jul. 2015.

SANTOS, José Manuel. Da perca do mundo à sociedade dos (mega)acontecimentos. *Trajectos - revista de comunicação, cultura e educação*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, n. 6, primavera/outono, 2005.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: INTERCOM; Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011.

SOUSA; Tiago Lopes; RÊGO, Ana Regina. Revisa Presença: um olhar sobre a cultura piauiense. In: 10º ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2015, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-imprensa/revista-presenca-um-olhar-sobre-a-cultura-piauiense/view>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e técnicas da pesquisa em comunicação*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 51-61.

TEIXEIRA, Elizabeth. *As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa*. 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Tradução Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.