

Ana Cláudia **GRUSZYNSKI**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre, Brasil

Entre palavras, imagens e diagramas: o lugar do design gráfico na formação do jornalista cultural

Entre palabras, imágenes y diagramas:
el lugar del diseño gráfico en la
formación del periodista cultural

Between words, images and grids: the
role of graphic design in the formation
of the culture journalist

Recebido em: 15 out. 2011

Aceito em: 20 out. 2012

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Contato: anagru@gmail.com

RESUMO

O artigo problematiza informações apresentadas na obra *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*, discutindo e propondo um lugar para o design gráfico na formação do jornalista cultural. Toma-se a dimensão material dos meios como parte inalienável das representações, analisando o papel do projeto gráfico na aproximação e vinculação entre leitores e publicações. Por meio da discussão teórica, chega-se ao entendimento de que junto aos tópicos de uma disciplina que compreenda temas centrais ao jornalismo cultural, esteja contemplado o aprendizado de estratégias de edição voltadas à articulação entre conteúdo e forma, contribuindo na formação do jornalista enquanto leitor cultural.

Palavras-chave: jornalismo cultural; ensino; design gráfico.

RESUMEN

En este artículo se habla de la información presentada en el trabajo *Cartografía: la enseñanza del periodismo cultural en el año 2008*, para discutir y proponer un lugar para el diseño gráfico en la formación del periodista cultural. Retoma la dimensión material de los medios de comunicación como parte inalienable de las representaciones, analizando el papel del diseño gráfico en el enfoque y vínculo entre los lectores y publicaciones. Por medio de la discusión teórica, viene para el entendimiento de que con los temas de una disciplina que comprende cuestiones centrales para el periodismo cultural, está prevista la edición de las estrategias de aprendizaje centrado en la relación entre contenido y forma, para contribuir a la formación del periodista como un lector cultural.

Palabras clave: periodismo cultural; enseñanza; diseño gráfico.

ABSTRACT

This article problematizes information presented in the work *Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural em 2008*, discussing and proposing a role for graphic design in the formation of a cultural journalist. Taking in consideration that the material dimension of media is an inalienable part of the representations, we analyze how the graphic project establishes links between readers and publications. Through theoretical discussion, we come to understand that a discipline that deals with central themes of cultural journalism must contemplate learning strategies that focus on connections between content and form, contributing to the formation of the journalist as a cultural reader.

Keywords: cultural journalism; teaching; graphic design.

Introdução

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

Entendemos que a forma física do texto, na tela ou no papel, seu formato, a disposição do espaço tipográfico na página são fatores que determinam a relação entre leitor e texto (LYONS, 1999). No âmbito do jornalismo cultural, observa-se que a dimensão visual articulada nos projetos gráficos representa importante critério de aproximação e vinculação entre publicação e leitor, sobretudo se efetivamente sintonizada com um projeto editorial, bem como com as abordagens definidas para diferentes coberturas.

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

A formação do jornalista cultural

Ao desempenhar papel mediador entre público e atividades artísticas, intelectuais e de entretenimento, o profissional dá visibilidade ao que é oferecido. Isso é realizado segundo diretrizes editoriais e estratégias discursivas, amparadas por uma cultura profissional atrelada a valores-notícia e rotinas produtivas. O segmento frequentemente encontra-se vinculado aos lançamentos, eventos, espetáculos e eventos, pautado pela dinâmica das indústrias culturais. Ao fornecer parâmetros interpretativos para a cultura de uma determinada época e local, contribui para a formação de públicos, avaliando o sistema cultural (GOLIN, 2008).

Segundo Piza (2009), três críticas assolam o jornalismo cultural: o excessivo atrelamento à agenda, o tamanho e a qualidade de textos, e a marginalização da crítica. Também a escassez de produção fotográfica por parte da equipe dos veículos e a disputa do espaço editorial com os anúncios são questões que comprometem a qualidade da produção contemporânea (GRUSZYNSKI et al, 2011). Além disso, devemos atentar para o fato de que muitas publicações reduzem esta especialidade ao “colunismo cultural” ou “crítica social” (MARINHO, 2009: 73) ou, ainda, a tratam como mero espaço de entretenimento¹ (SOUZA, 2009: 81).

Ao dialogar com valores atualmente vigentes, a práxis revela tensões inerentes ao seu papel, que exige dos profissionais uma capacidade singular de promover o trânsito entre público e obra, apresentando os fatos culturais em uma perspectiva histórica e crítica, não apenas cumprindo uma agenda de serviços. Coelho (2007) discute acerca da formação dos profissionais afirmando a necessidade do exercício da crítica para além da atividade de “escrevinhador do serviço cultural”. Para o autor, “o bom jornalista cultural deve assumir como ponto de partida a ideia de que é preciso sempre pensar de outro modo, que é preciso ver uma questão sempre pelo outro lado que não está sendo visto, pelo lado oposto do hábito cultural.” (COELHO, 2007: 27) Pires (2007: 30), por sua vez, resgata Otto Lara Resende em sua afirmação irônica sobre o jornalista como “especialista por dez minutos”, para evidenciar um aspecto fundamental da natureza de seu trabalho: “resumir conteúdos e traduzir domínios diversos para o senso comum”. Historicamente vinculada ao projeto iluminista de disseminação do saber, a atividade coloca-se em um espaço de tradução entre domínios

¹ “Podemos classificar hoje o entretenimento como: programação de filmes, televisão, emissoras de rádio, horóscopo, quadrinhos, enfim, os guias de lazer e diversão e atividades ligadas à indústria cultural.” (SOUZA, 2009: 81).

buscando uma democratização de conhecimentos de diferentes naturezas. O risco da trivialização dos temas e das abordagens está no âmago da própria especificidade do campo, que tangencia aquele acadêmico. A própria forma de organização do material editado pode revelar a tensão entre profissionais generalistas e especialistas (DAPIEVE, 2002).

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

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

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

Tal condição, entretanto, passa também pela configuração das instituições formativas desses profissionais, em um mercado nacional que ora se rearticula a partir do fim da exigência do diploma obrigatório aprovada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em 17 de junho de 2009. Ponto de complexa polêmica que divide estudantes, profissionais graduados, acadêmicos, organizações de representação de classe, empresários da comunicação, instituições públicas e privadas – enfim, uma variedade de interessados com o impacto da decisão –, este se afirma na pauta de discussão com nova visibilidade.

Não nos deteremos nesse debate, mas entendemos que ele tem impacto nas estratégias curriculares que vêm conduzindo os cursos superiores. No âmbito específico

do jornalismo cultural, um quadro do ensino da disciplina no país é apresentado na obra *Mapeamento do ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008*, em que é possível visualizar algumas disciplinas ofertadas, ementas, bibliografia, entre outros aspectos. (MAGALHÃES et al, 2008: 25)

Colocando em diálogo alguns dos diferentes pontos de vista apresentados em *Rumos [do] jornalismo cultural* editado em 2007 e a referida obra de 2008, podemos observar questões recorrentes relacionadas à formação intelectual do profissional que atua no segmento de cultura, considerando conhecimentos e domínio técnico. Afirma Pires (2007: 30):

[...] essa necessidade de abordagem crítica do jornalista da área de cultura não passa por currículos das escolas de jornalismo, que têm oferecido algo que se distancia da inquietação e da crítica. Porque cada vez mais persiste a ilusão tecnicista de que é possível formar um profissional através de determinados códigos e técnicas, o que vem provocando uma desintelectualização aceleradíssima na profissão. Ou seja, afasta o jornalista do foco, que é a visão crítica sobre o tema. Pois a formação de um jornalista cultural é mais ampla. É parte do compromisso intelectual com a profissão.

No levantamento apresentado por Magalhães, Marinho e Teixeira (2008:13-14), observamos dados que demonstram que o ensino passa prioritariamente por disciplinas de conteúdos tangenciais² (42,85%), seguidas por conteúdos específicos (26,98%), semiplena (17,47%) e plena (12,70%). Na análise dos autores (2008: 19), o tema da cultura é tratado segundo matrizes conservadoras, “mantendo disciplinas clássicas como estética e cultura das massas, cultura brasileira e antropologia cultural.” Em disciplinas semiplenas temos as manifestações artísticas preferenciais como cinema, literatura, vídeo, arte e crítica; em disciplinas de conteúdo específico agrega-se à lista o teatro. Se os dados indicam conteúdos principais trabalhados nas universidades em termos de jornalismo cultural, cabe salientar que esses estão inseridos em um conjunto de uma grade curricular que visa dar conta dos vários elementos que compõem a atividade jornalística, contemplando, portanto, também códigos e técnicas.

Azzolino et al (2008: 67), por sua vez, detiveram-se na tarefa de dar voz a alguns professores, esboçando a partir de entrevistas o que seria uma “disciplina ideal” de

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

jornalismo cultural, incluindo na reflexão conceitos fundamentais que deveriam ser contemplados. Organizados em três tópicos principais essa matéria trataria de: (1) conceito de cultura e jornalismo cultural; (2) gêneros textuais e discursivos do jornalismo cultural; (3) processos e produtos culturais na cobertura jornalística: tensões, relações e intersecções.

A partir do que foi levantado pelos autores, introduzimos para debate um elemento não contemplado nessa indicação, procurando ampliar a discussão em torno dos tópicos formativos fundamentais propostos: um lugar para o design enquanto atividade que dá forma material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2000). A configuração material dos objetos estabelece contratos comunicativos singulares conforme explicita Charaudeau (2007: 104-105):

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

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

Um lugar para o design

A tecnologia responsável pela produção de impressos e sua apropriação por diferentes grupos sociais estabelecidos em espaços temporais e geográficos distintos representou um importante fator na configuração das práticas de edição. Ao propor uma história social do conhecimento entre o Renascimento e o Iluminismo, Burke (2003) enfatiza o papel crucial da invenção da imprensa com tipos móveis, tecnologia que

ampliou a difusão dos saberes, facilitando a interação entre pessoas em lugares e culturas distintas por meio do acesso a um mesmo padrão de texto e imagem. Ao longo da primeira metade do século XX, o desenvolvimento da cultura impressa ocorre sob o domínio do editor-empresário e de instituições escolares e nacionais (BRAGANÇA, 2005: 232), característica que entra em crise no período seguinte a partir do surgimento e fortalecimento dos meios audiovisuais. Na virada do século, será a consolidação dos meios digitais e da Internet que repercutirão fortemente nesse campo regido pela tradição, exigindo a reavaliação de critérios e parâmetros que orientavam até então suas práticas.

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

A personalidade gráfica de uma publicação impressa, nesse sentido, implica em uma continuidade de seu estilo, que se manifesta, em um primeiro momento, através de sua capa. Ela irá permitir ao leitor identificar de modo imediato o periódico. Em seu conjunto, o projeto gráfico define o formato, a mancha (margens), as colunas e seus espaçamentos, a tipografia, as cores e os elementos iconográficos que consolidam um conceito de publicação. Sobre esta base, constituem-se diferentes apropriações do diagrama, assegurando uma variabilidade de layouts a partir de um esquema comum.

O design segue os critérios de edição jornalística, que organiza as informações a serem transmitidas, dando-lhes uma hierarquia, determinando de que forma estas serão transmitidas – através de textos (e que tipo de textos), fotos, ilustrações, infográficos, etc. – e de que modo estes elementos irão se relacionar. Os critérios compositivos agregam-se a eles, ancorados em conhecimentos do campo da percepção visual, que sugerem técnicas e estratégias para assegurar a comunicação das mensagens do modo mais eficaz possível. A sintaxe visual (DONDIS, 1991) tem seu embasamento em princípios perceptivos que indicam as linhas gerais para a criação de composições, quais

os elementos básicos que podem ser apreendidos e compreendidos, bem como as técnicas visuais que podem ser utilizadas para arranjar estes elementos. A organização do material informativo nos diferentes suportes, portanto, é uma questão primordial na configuração das mensagens.

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

Marcelo Coelho (2000) chama atenção para o formato predominante dos cadernos culturais diários, que elegem apenas um assunto na capa, geralmente uma página de apresentação visual arrojada. Ocupar esse lugar dá ao evento uma espécie de apelo consagratório, uma valoração estética. Logo, o espaço que recebe na imprensa acaba sendo assunto tanto da notícia em si, afiançando a publicidade da cultura e a criação do superlativo. Uma boa visualidade passa a ser critério preponderante de seleção na editoria de cultura (SEGURA et al, 2008: 78).

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

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

Caderno B, que se tornou uma referência em termos de jornalismo cultural: não apenas tratava de cultura, mas era em si mesmo um produto cultural, afirma Dapieve (2002).

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

Cabe observar ainda que se a apresentação visual inovadora e arrojada tem sido uma das características principais das editorias de cultura, ela é possibilitada também devido ao tempo de produção desse segmento, com um prazo geralmente mais ampliado do que a parte principal das publicações. De fato, as rotinas produtivas que se delineiam também segundo a pressão do tempo, determinam tratamento diferenciado para informações que compõem a agenda diária da cultura, abordagens estabelecidas a partir de efemérides ou lançamentos que podem ser preparadas com maior antecedência, ou coberturas mais amplas destinadas a cadernos de periodicidade semanal.

O design gráfico, portanto, não está restrito ao domínio de softwares e/ou instrumentos técnicos. A formação intelectual dos profissionais inclui também um repertório de cultura visual, tanto por parte daqueles no exercício direto dessa atividade específica, como daqueles que participam dela de modo mais amplo.

A concepção aqui proposta não se dedica a delimitar o desenvolvimento do layout de uma publicação, mas evidenciar que o tratamento da pauta e seu enriquecimento abrange editor, subeditores, repórteres, críticos, fotógrafos, ilustradores, infografistas, diagramadores, enfim, os vários profissionais envolvidos. Para Werneck (2007: 70):

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

Podemos associar a moldura de que trata o autor com os diferentes elementos e recursos utilizados pelos jornalistas para contextualizar o seu objeto, colocar em

perspectiva o assunto que estão cobrindo. Esta dialoga com objetivos, expectativas dos leitores, suas competências, grau de proficiência, tipos de textos lidos que fazem parte do universo do indivíduo. Durante muitos anos, a orientação seguida pelas pesquisas na área de leitura esteve concentrada na identificação, organização e memorização das formas do escrito, ou seja, no ato de ler enquanto o domínio de um código verbal. (GATÉ, 2001) Na contemporaneidade, as novas abordagens do tema têm se concentrado na atividade do sujeito. A leitura passa a ser compreendida, assim, como um ato de produção de sentido, onde uma mensagem, representada sob forma gráfica anteriormente codificada por um interlocutor ausente, pode ter sua significação construída a partir do ato de um sujeito que destaca e recolhe do escrito índices e informações. Podemos inferir, então, que os dispositivos gráficos inscrevem no objeto leituras socialmente diferenciadas.

É importante considerar, contudo, que, se de um lado, os dispositivos impõem ao leitor uma posição relativa à obra que visam criar um horizonte de expectativas uniforme e compartilhado; de outro, este mesmo texto pode gerar uma pluralidade de leituras em função das disposições individuais de leitores que vêm de situações culturais e sociais diferenciadas.

Portanto, a diversidade de dispositivos contempla também vários projetos e situações de leitura. Junto aos tópicos sugeridos como essenciais em uma disciplina que compreenda temas centrais ao jornalismo cultural, pensamos que a sistematização e análise das várias funções e modos de uso de objetos portadores de texto, seu caráter histórico, as diferentes articulações que estabelecem com as práticas de leitura podem contribuir no esboço do que pode vir a ser o papel de um jornalista enquanto leitor cultural.

Considerações finais

Do ponto de vista da produção, com a introdução das tecnologias digitais de edição nas últimas décadas, vimos a demanda pelo envolvimento cada vez maior dos jornalistas junto aos instrumentos tecnológicos variados que abrangem os processos de seleção, produção e edição de material informativo. Assim, se na década de 1990 Lockwood já afirmava que “qualquer conceito de design de jornal hoje tem de incluir o desenvolvimento de sistemas mais flexíveis de gestão e reconhecer que a qualidade da equipe é a pedra angular de um jornal de qualidade” (1992: 39), tal afirmação assume na

atualidade novos contornos, praticamente vinte anos depois. O design do jornal não tem mais como ser visto apenas como etapa final de um processo, na medida em que está diretamente vinculado ao perfil da organização que o edita, bem como ao conjunto de profissionais e suas rotinas produtivas que são mediadas por recursos tecnológicos gerenciados cada vez mais pelos membros das redações e integrados em redes midiáticas.

Nesse sentido, o conceito WED – Writing/Editing/Design – foi criado por García (1993) com o propósito estimular um trabalho em equipe com vistas a qualificar o produto jornalístico. Para o autor, editar é estabelecer uma ligação crucial entre a informação e o público, o que compreende desde a concepção dos textos à sua colocação na página. Reitera, assim, que a excelência de um trabalho de design é dependente daquele de edição, os dois são inseparáveis. Sugere também a importância de que os repórteres desenvolvam um pensamento visual, avaliando potencialidades e estratégias narrativas que aprimorem a apresentação das notícias. No âmbito do jornalismo cultural, onde a visualidade tem papel de destaque, a formação profissional demanda um lugar para o exercício do olhar e da composição de narrativas que não sejam conduzidas somente por palavras.

Referências

AZZOLINO, A. P.; ANCHIETA, I.; PEREIRA, Wellington. A fala dos professores. In: Azzolini, A. P. et al. **Mapeamento: o ensino de Jornalismo Cultural 2008**. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p.48-68.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica**. 2 v. São Paulo: Ática, 1990.

BARNHUST, K. G.; NEROME, J. **The form of the news: a history**. New York: Guilford Press, 2001.

BOLTER, J. D. **Writing space: computer, hypertext, and the remediation of printing**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 1999.

BRAGANÇA, A. Sobre o editor: notas para sua história. **Em Questão**, Porto Alegre, v.11, n.2 p. 219-237, jul./dez. 2005.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CALDAS, A. (org). **Deu no jornal:** jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: Loyola, PUC-RIO, 2002.

CARDOSO, R. **Uma Introdução à História do Design.** 2.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

CHARTIER, R. (org.). **Práticas de leitura.** São Paulo: Liberdade, 1996.

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

COELHO, T. Outros olhares. In: LINDOSO, F. (org). **Rumos do jornalismo cultural.** São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p.24-29.

DAPIEVE, A. Jornalismo Cultural. In: CALDAS, A. (org). **Deu no jornal:** jornalismo impresso na era da Internet. Rio de Janeiro: Loyola, PUC-RIO, 2002.

DIMAS, A. Um suplemento carnudo. **Continente Sul Sur**, Porto Alegre, n.2, p. 35-45, nov. 1996.

DINES, A. **O papel do jornal.** São Paulo: Summus, 1986.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 1991.

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

FURTADO, J. A. **O Papel e o Pixel.** Do impresso ao digital: continuidades e transformações. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.

GADINI, S. L. A cultura como notícia no jornalismo brasileiro. **Cadernos da Comunicação**, Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, v.8, 2003.

GARCÍA, M. R. **Contemporary newspaper design.** Englewood Fields: Prentice-Hall, 1993. 3o edition.

GATÉ, J. P. **Educar para o sentido da escrita.** São Paulo: EDUSC, 2001.

GOLIN, C. O jornalismo no sistema artístico-cultural. In: Azzolini, A. P. et al. **Mapeamento:** o ensino de Jornalismo Cultural 2008. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p.90-92.

GRUSZYNSKI, A. et al. **Imagens no jornalismo cultural:** um estudo exploratório do caderno Ilustrada da Folha de S. Paulo. Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR, 9. Rio de Janeiro, 2011. Anais... Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2011.

LESSA, W. D. **Dois estudos de comunicação visual.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

LINDOSO, F. (org). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007.

LOCKWOOD, Robert. **News by design**. A survival guide for newspapers. Colorado: Quark Press, 1992.

LYONS, M. **A palavra impressa: histórias da leitura no século XIX**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 1999.

MAGALHÃES, M.; MARINHO, M. A.; TEIXEIRA, N. Jornalismo Cultural: o ensino da disciplina. In: Azzolini, A. P. et al. **Mapeamento: o ensino de Jornalismo Cultural 2008**. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, pp.8-23.

MARINHO, M. A. Leituras e cultura em pauta na (in)formação do jornalismo cultural. In: AZZOLINO, A. P. (org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p. 69-77.

MEDINA, C. Leitura crítica. In: LINDOSO, F. (org). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p.32-35.

PAVLIK, J. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PIRES, P.R. A ilusão tecnicista. In: LINDOSO, F. (org). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p. 30-31.

SEGURA, A.; GOLIN, C.; ALZAMORA, G. O que é jornalismo cultural. In: Azzolini, A. P. et al. **Mapeamento: o ensino de Jornalismo Cultural 2008**. Carteira professor de graduação. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2008, p.70-80.

SOUZA, M. M. Ensino do jornalismo cultural uma proposta de inclusão social. In: AZZOLINO, A. P. (org.). **Sete propostas para o jornalismo cultural**. São Paulo: Miro Editorial, 2009, p. 79-92.

SODRÉ, N. W. **História de imprensa no Brasil**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

WERNECK, H. A ditadura do best-seller. In: LINDOSO, F. (org). **Rumos do jornalismo cultural**. São Paulo: Summus: Itaú Cultural, 2007, p.64-71.

WILLIAMS, R. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.