

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**

**VivaLer**  
**Jornal tablóide de divulgação literária**

**Curitiba**  
**2006**

**Sônia Luzia Volpato**

**VivaLer**  
**Jornal tablóide de divulgação literária**

Projeto para elaboração de produto  
jornalístico apresentado para a disciplina  
TCC II, no Curso de Comunicação Social,  
da Universidade Federal do Paraná.  
Prof.<sup>a</sup> Myrian Del Vecchio de Lima.

Curitiba  
2006

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

**REITOR**

**Prof. Dr. Carlos Augusto Moreira Júnior**

**VICE-REITOR**

**Profa. Dra. Márcia Helena de Mendonça**

**DIRETOR DO SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES**

**Profa. Dra. Maria Tarcisa Silva Bega**

**CHEFE DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Prof. Dr. Itanel Bastos de Quadros Júnior**

**COORDENADOR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Profa. Dra. Celsi Brönstrup Silvestrin**

**PROFESSORA ORIENTADORA**

**Profa. Dra. Myrian Del Vecchio de Lima**

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	04
1.2. JUSTIFICATIVA	05
1.2.1. Justificativa da escolha do tema	05
1.2.2. Público-alvo	05
1.2.3. Por que um jornal tablóide	06
1.2.4. Nome do produto	06
1.3. OBJETIVOS	06
1.3.1. Objetivo geral	06
1.3.2. Objetivos específicos	07
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	08
2.1. UM PARALELO BRASILEIRO	13
2.2. JORNALISMO OPINATIVO	14
2.3. JORNALISMO CULTURAL	14
<b>3. CONTEXTUALIZAÇÃO</b>	20
3.1. RETRATO DA LEITURA NO BRASIL	22
3.2. UMA LUTA DE TODOS	24
3.3. POR QUE É IMPORTANTE LER?	25
<b>4. PERFIL DO PRODUTO</b>	28
4.1. PERFIL GRÁFICO	28
4.2. PERFIL EDITORIAL	28
4.2.1 Linha editorial	28
4.2.2. Configuração editorial e pauta da primeira edição	29
4.3. VIABILIDADE ECONÔMICA	31
4.3.1. Plano de mídia	31
4.3.2. Recursos humanos	32
4.3.3. Recursos de consumo mensal	32
4.3.4. Recursos materiais permanentes	33

<b>5. METODOLOGIA.....</b>	<b>34</b>
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>37</b>
<b>ANEXOS – Textos que compõem o produto jornalístico.....</b>	<b>40</b>
Opinião.....	40
Entrevista – Denise de Camargo.....	41
Clássicos – Machado e Assis.....	44
Clássicos – Shakespeare.....	46
Capa – Kafka.....	48
Produção nacional – Valêncio Xavier.....	51
Educação – Domínio público.....	53
Vestibular – Lygia Fagundes Telles.....	55
Leia isso! – Sinopses.....	57

## 1 INTRODUÇÃO

Este projeto foi elaborado a partir da constatação de que há, em diversos segmentos da sociedade brasileira, um desinteresse muito grande em ler, particularmente, livros de literatura. Segundo a pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, o brasileiro lê menos que dois livros por ano.<sup>1</sup>

Os meios eletrônicos, principalmente com o uso da internet e dos jogos de entretenimento, estão cada vez mais tomando conta do espaço de lazer e prazer que, em outros tempos, era ocupado pela leitura. Paralelamente, verifica-se que a falta de leitura tem graves conseqüências na apreensão de algumas áreas do saber, como Língua Portuguesa, Redação e Literatura e, pior que isso, implica, a maioria das vezes, na falta de visão crítica do mundo.

Assim, surgiu o tema de alternativa jornalística de incentivo à leitura de livros, uma vez que se pretende apresentá-los de forma atraente e com linguagem adequada, a um público jovem e estudantil, por meio de eventuais parcerias com escolas de Ensino Médio.

O objetivo do projeto visa à confecção de um jornal tablóide de divulgação de livros de literatura; seu público-alvo é o de estudantes do Ensino Médio e universitários de Curitiba e Região Metropolitana, de todos os níveis sociais. Especificamente, objetiva-se conduzir o jovem à apreciação e à reflexão crítica sobre a leitura e livros de literatura.

Apesar da existência de algumas poucas iniciativas positivas nesse sentido, faltam no mercado de produção de bens da indústria cultural um caderno, jornal, encarte ou suplemento que fale, com linguagem acessível ao jovem, sobre esse tema. O jornal *A Folha de São Paulo*, pelo contrário, traz, aos domingos, um suplemento especializado em cultura, o *Mais!*, cuja linguagem rebuscada seleciona o público-alvo: leitores com bagagem intelectual aprofundada.

É importante ressaltar que tanto a *Folha de São Paulo* quanto o jornal *O Estado de São Paulo*, os dois principais jornais do país, utilizam a linguagem jornalística, aquela mais próxima da oralidade, como se constata em suas páginas e mesmo em seus cadernos diários de cultura, respectivamente *Ilustrada e Caderno 2*. Mas o espaço dedicado especificamente à literatura costuma ser pequeno, geralmente sem oferecer grandes atrações ao público jovem. A grande maioria das resenhas de livros versa sobre os lançamentos da indústria cultural e os jornais quase

<sup>1</sup> Site [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br). Disponível em [www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1). Acesso em 19 ago 2005.

nunca trazem como tema a leitura de clássicos da literatura, ou seja, aqueles livros que permitem a formação do jovem leitor.

A proposta de elaboração de um produto jornalístico – jornal tablóide – a ser avaliado como Trabalho de Conclusão de Curso, pretende, pois, permitir a um grande número de estudantes a leitura de resenhas e outros textos sobre publicações literárias. Por meio de uma linguagem simples, clara e direta e de temas selecionados para prender a atenção do leitor, objetiva-se estimular o público-alvo a gostar de ler.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

### 1.2.1. Escolha do tema

O tema foi escolhido pelos seguintes motivos: o interesse da autora do projeto pela literatura, somou-se ao interesse em proporcionar ao público-alvo a oportunidade de desenvolver senso crítico na área. Há também um claro interesse acadêmico e profissional pelos meios impressos, principalmente pelo jornal impresso.

A partir disso, percebeu-se que a proposta seria viável comercialmente, visto que já existem no mercado publicações com temáticas semelhantes destinadas a um público mais restrito que o público-alvo aqui proposto. Esta viabilidade será detalhada posteriormente.

### 1.2.2. Público-alvo

O público-alvo deste trabalho é formado por estudantes situados numa faixa etária de 15 a 25 anos, ou seja, estudantes do Ensino Médio, vestibulandos e universitários. Espacialmente, pretende-se alcançar estudantes de Curitiba e Região Metropolitana. Estuda-se a possibilidade de parcerias com secretarias de Educação – municipal ou estadual – para distribuição gratuita do encarte nas escolas públicas, além de outras parcerias com escolas privadas, cursinhos e escolas de ensino superior.

### 1.2.3. Por que um jornal tablóide

Dada a especificidade do tema e o perfil do público-alvo, verificou-se as vantagens de se produzir um jornal tablóide ao invés de, por exemplo, uma revista. São elas:

- O custo reduzido de produção.
- A possibilidade de se estabelecer parcerias com escolas e cursinhos, visto que o tema é diretamente ligado a essas entidades.
- O tamanho, menor e mais facilmente digerível (portabilidade). O jornal poderá ser guardado ou colecionado facilmente.

No caso de parcerias com escolas particulares ou secretarias de Educação, a circulação do jornal tablóide deverá ocorrer durante a semana, no período de aulas.

### 1.2.4. Nome do produto

VivaLer é um nome que pretende associar alegria à noção de leitura, em contraposição a idéias bastante sedimentadas de obrigação e aborrecimento que muitos jovens têm em relação à prática de ler. Uma vez percebido esse vínculo entre leitura e alegria, o público-alvo poderá se interessar pelo conteúdo do jornal tablóide e ser envolvido no universo literário proposto.

## 1.3. OBJETIVOS

### 1.3.1. Objetivo geral

Despertar e incentivar o interesse por literatura, mostrando o lado prazeroso e o enriquecimento cultural que a leitura propicia para estudantes de Ensino Médio e universitários de Curitiba e Região Metropolitana.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Produzir uma publicação com linguagem acessível ao público-alvo, em contraponto às atuais publicações do gênero que utilizam linguagem elitista ou pautam somente os lançamentos da indústria cultural.
- Fazer germinar no público-alvo visão crítica, a partir da própria natureza do produto e de matérias que conduzam o jovem à reflexão analítica sobre cultura e literatura.
- Estabelecer parcerias editoriais e comerciais que permitam a viabilização econômica do produto e sua circulação junto ao público-alvo.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em 1985, o estudioso da Comunicação, autor de farta bibliografia na área, José Marques de Melo, publicava um livro no Brasil falando sobre a crise da leitura. Assim, mesmo antes da democratização da internet e da explosão dos jogos eletrônicos, o autor escreveu naquela época:

Tanto o acesso quanto o tempo dedicado pelo público ao rádio e à televisão são maiores que aquele dedicado ao livro, ao jornal e à revista. Existe assim uma supremacia quantitativa dos veículos eletrônicos sobre os veículos impressos. A partir dessa evidência, configura-se uma crise da leitura.<sup>2</sup>

O advento dos meios de comunicação de massa tem sido objeto de estudo de muitos teóricos, que legaram explicações importantes sobre esses meios.

O fenômeno da comunicação de massa passa a existir com a democratização da informação, que ocorre a partir da consolidação da sociedade industrial do século XX. A consolidação da imprensa, neste mesmo século, caracterizou-se em grande parte por uma tal abundância de signos e conteúdos que acabou por inibir o diálogo peculiar às comunidades pré-industriais. Marques de Melo aborda essa questão, dizendo que “o panorama adquire maior complexidade com o advento da mídia eletrônica – cinema, disco, rádio e televisão – configurando uma espécie de determinismo cultural”.<sup>3</sup>

O cerne da questão se encontra na transformação dos meios de comunicação em indústria e monopólio. É por meio desses veículos que o indivíduo recebe informações, idéias e orientação, porém por intermédio de mensagens padronizadas.

Melo aponta um marco histórico para resgatar as origens desse quadro: a emergência das nações latino-americanas no início do século XIX.

“Desde que se constituíram como estados politicamente autônomos, no início do século XIX, as nações latino-americanas foram se desenvolvendo intelectualmente sob o estigma da exclusão comunicacional. Tal situação reproduzia em grande estilo o modelo de sociedade cultivado pelo regime colonial, tanto sob a égide dos castelhanos quanto dos lusitanos, tendo

<sup>2</sup> MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985. p.15.

<sup>3</sup> MELO, José Marques de. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004. p.12.

continuidade durante o regime independente, sob o comando das *oligarquias crioulas*. Não obstante contassem com meios impressos de comunicação governados pela doutrina da *liberdade de expressão e pensamento*, as repúblicas hispano-americanas e o império luso-brasileiro consolidaram modelos informativos erigidos como *privilégio das elites*.<sup>4</sup>

O pauperismo cultural destas nações encontra raízes no modo como esses estados foram colonizados, com as *plantations* onde grandes contingentes populacionais trabalhavam como mão-de-obra escrava. Mesmo os trabalhadores livres das cidades eram majoritariamente iletrados, e a mídia se converteu historicamente em “espaço desfrutado apenas pelas classes superiores, incluindo as camadas médias beneficiadas pelos conhecimentos adquiridos na escola”.<sup>5</sup>

No século XX, alguns países latino-americanos adotaram políticas públicas destinadas à universalização do sistema educacional. Essa iniciativa abrangeu somente as populações residentes nos centros metropolitanos. O incremento dos meios de comunicação de massa, por sua vez, terá forte influência no processo de inserção das camadas pobres da população no consumo de bens culturais.

O processo de redução da marginalidade comunicacional das grandes massas sul-americanas somente seria alterado com o incremento das tecnologias eletrônicas de difusão simbólica. A expansão do rádio (a partir dos anos 30) e o desenvolvimento da televisão (a partir dos anos 50) ensejam oportunidades para a melhoria do apetite cognitivo das populações economicamente ativas. Até mesmo os contingentes analfabetos seriam promovidos à condição de consumidores culturais dos produtos sonoros ou audiovisuais disseminados pelas redes abertas, porque acessíveis a baixo custo.<sup>6</sup>

A proliferação dos mais variados meios de comunicação possibilitou o acesso das camadas populares à informação. É a partir desse momento histórico que os meios de comunicação passam a se confundir com os meios de cultura. Sobre o assunto, Ecléa Bosí, no livro *Cultura de Massa e Cultura Popular – Leituras de Operárias* escreveu que:

Aquilo que até meados do século XIX significava a cultura (uma educação humanística ampla, mas acessível somente à nobreza e à alta burguesia) não tem

---

<sup>4</sup> Idem, p.19.

<sup>5</sup> Idem, p. 20.

<sup>6</sup> Ibidem, p.20.

mais vigência à medida que os meios de informação, e mesmo de formação profissional, vão se generalizando. Há, cada vez mais, largas faixas de comunicação não acadêmica comuns a várias classes sociais: a ação do rádio, da TV, do cinema, dos jornais, das revistas, dos livros de bolso, é de tal sorte que, em termos quantitativos, se pode aproximar (e, não raro, identificar) os meios de comunicação e os meios de cultura, sobretudo nas nações mais desenvolvidas.<sup>7</sup>

Tal aproximação/identificação não se deu de modo pacífico. A maioria dos teóricos explicou o fenômeno pela contraposição cultura popular x cultura de massa, na qual, geralmente, a segunda aniquila a primeira.

Ecléa Bosi trata destas questões como pano de fundo para poder penetrar no imaginário cultural de operárias da Grande São Paulo. A autora discorre sobre as teorias que lhe parecem “mais vigorosas”<sup>8</sup> para embasar suas conclusões – em geral marxistas – sobre as leituras de operárias. A partir de seus estudos, a autora escreve sobre o fenômeno da Indústria Cultural:

A comunicação de idéias e sentimentos não se faz em abstrato. Nem, por outro lado, existe um público receptor, um grupo emissor ou um canal transmissor em si mesmos. Os vários fatores da comunicação operam interligados, compõem a estrutura de um sistema. O sistema é a indústria cultural. Indústria enquanto complexo de produção de bens. Cultural, quanto ao tipo desses bens.<sup>9</sup>

Esta citação permite dizer que o produto jornalístico proposto neste trabalho é um bem da Indústria Cultural, e que como tal, somente funciona dentro da lógica de mercado. De fato, tanto o jornal quanto seu principal objeto a ser divulgado – o livro – são produzidos por uma indústria que visa obter lucros. Entretanto, os objetivos finais do jornal, propiciar uma visão crítica e o enriquecimento cultural, são bens simbólicos que não se encaixam dentro de esquemas pré-concebidos de compra e venda.

A crítica mais freqüentemente encontrada nas teorias sobre comunicação de massa diz respeito à incorporação das camadas populares à sociedade de consumo – inclusive no consumo de bens culturais -, fazendo com que surja um público-massa homogêneo e incapaz de qualquer

<sup>7</sup> BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular – Leituras de Operárias**. Petrópolis: Vozes, 1972. p.32.

<sup>8</sup> Idem, p.33.

<sup>9</sup> Ibidem, p.50.

forma de protesto ou argumentação sobre o que lhe é dirigido enquanto público de bens culturais ditos de massa.

Aceitar essa crítica é desistir do jornal proposto, pois o público-massa, entendido por muitos críticos como amorfo e raso, só consumiria produtos (no caso, livros) altamente divulgados pela propaganda, de grande apelo comercial. Bosi cita muitas vezes Adorno, esse pessimista autor frankfurtiano, que não reconhece qualquer forma expressiva e original de cultura na “era de consumo”.

Para Adorno, “a indústria cultural é a integração deliberada dos consumidores no seu mais alto nível. Integra, por força, até domínios separados há já um milênio, a arte superior e a arte inferior”.<sup>10</sup> E ainda: “Busca-se o cliente para vender-lhe um consentimento total e sem reservas. Faz-se propaganda do mundo tal qual ele é, do mesmo modo que cada produto da indústria é a sua própria publicidade”.<sup>11</sup>

Fica clara a postura de Bosi em entender as idéias de Adorno como as mais vigorosas sobre a Indústria Cultural. Lê-se que:

Para Adorno, a convergência de ambas as camadas de arte (superior e inferior) nos meios de massa acaba prejudicando uma e outra: frustra a seriedade da arte erudita pela especulação sobre o efeito; domestica o vigor e a autenticidade da arte popular submetendo-a ao controle da indústria ou do Estado. O resultado é, assim, apoucado na medida em que não é a comunidade de receptores (o público concreto, a sociedade) que se exprime através dos meios, mas a mentalidade dos detentores desses meios, os quais supõem uma certa ‘visão do mundo’ na massa dos consumidores. Prejulgado o espírito do receptor, em geral por baixo, os emissores irão acentuá-lo até a hipertrofia. Resulta uma certa caricatura das tendências do público (...). Essa estrutura lógica acaba reduzindo tudo ao ‘princípio do efeito’ que, como se sabe, motiva a propaganda comercial (...). O efeito pelo efeito acaba fazendo da comunicação de massas um duplo da ideologia corrente e subtrai às mensagens todo e qualquer caráter de tensão e de protesto.<sup>12</sup>

Apesar de revelar forte influência das teorias neo-marxistas que analisam os problemas da comunicação de massa no interior da luta de classes, a autora antevia que o foco acertado para

<sup>10</sup> ADORNO, . *Apud* BOSI, Ecléa. Op. cit, p.57.

<sup>11</sup> ADORNO. . *Apud* BOSI, Ecléa. Op. cit. p. 58.

<sup>12</sup> BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular – Leituras de Operárias**. Petrópolis: Vozes, 1972. p. 57/58.

seu livro era justamente tratar das questões relativas ao povo pela ótica da cultura, como o faz pertinentemente o teórico latino-americano Martín-Barbero nos anos subseqüentes.

*Dos Meios às Mediações*, obra de Barbero de 1987, traça um paralelo histórico das principais teorias sobre o popular e massivo na Comunicação, criticando a falta de uma visão cultural nessa análise. Finalmente, a ótica do receptor começa a ser privilegiada. No capítulo *Antiteoria: a mediação-massa na cultura*, Barbero fala que a nova sociedade – a sociedade de massas – “só é pensável a partir da compreensão da nova revolução, a da *sociedade de consumo*, que liquida a velha revolução operada no âmbito da produção”.<sup>13</sup> Para o autor:

(...) nem os nostálgicos da velha ordem, para os quais a democracia de massas é o fim de seus privilégios, nem os revolucionários ainda fixados na ótica da produção e da luta de classes entendem verdadeiramente o que está se passando. Pois o que está mudando não se situa no âmbito da política, mas no da *cultura*, e não entendida aristocraticamente, mas como ‘os códigos de conduta de um grupo ou um povo’. (...) Nem a família, nem a escola – velhos redutos da ideologia – são já o espaço chave da socialização, ‘os mentores da nova conduta são os filmes, a televisão, a publicidade’, que começam transformando os modos de vestir e terminam provocando uma ‘metamorfose dos aspectos morais mais profundos’. O que implica que a verdadeira crítica social tem mudado também de lugar: já não é a crítica política, mas a *crítica cultural*.(...).<sup>14</sup>

Ou seja, para o autor, os meios de comunicação de massa intermediam os estilos de vida, as opiniões e até mesmo as construções ideológicas de um povo. Coloca ainda que o advento da sociedade de massas provoca uma “revitalização do indivíduo”, no sentido de que há maior disponibilidade para as experiências, emotivas e sensoriais, e maior chance de expansão das capacidades morais e intelectuais dos indivíduos:

(...) massa deve deixar de significar adiante anonimato, passividade e conformismo. A cultura de massa é a primeira a possibilitar a comunicação entre os diferentes extratos da sociedade. E dado que é impossível uma sociedade que chegue a uma completa unidade cultural, então o importante é que haja circulação. E quando existiu maior circulação cultural que na sociedade de massa? Enquanto o livro manteve e até reforçou durante muito tempo a segregação cultural entre as classes, foi o jornal que começou a possibilitar o fluxo, e o cinema e o rádio que intensificaram o encontro.<sup>15</sup>

<sup>13</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro: EDUF RJ, 2001. p. 57.

<sup>14</sup> Idem, p. 58.

<sup>15</sup> Idem, p. 58/59.

Hoje se sabe que a massa não é amorfa, mas composta de indivíduos críticos. Tanto é assim, que dentro do próprio jornalismo, a tendência é a segmentação para atingir os diversos públicos, cada vez mais distintos e exigentes.

## 2.1. UM PARALELO BRASILEIRO

A citação que abre esta Fundamentação Teórica, de Marques de Melo, se insere em uma série de reflexões do autor acerca do papel dos meios de comunicação de massa, relacionados à leitura. Para o autor, a crise da leitura é um produto da sociedade de classes, decorrente da ordem econômica mundial, gerando desigualdades entre as classes proprietárias e as trabalhadoras e entre países ricos e países pobres, o que se projeta na esfera cultural. Também observa que a culpa dessa crise **não é dos MCM** (grifo nosso) - apesar de se inserir no contexto da propagação desses meios - e que isso é um conceito difundido sobretudo nas camadas cultas da sociedade. Para prová-lo, cita o estudo das sobreposições de audiência, de Lazarsfeld, no qual o surgimento de novos meios acarreta mudanças na estrutura de produção, determinando alterações na política educacional dos já existentes, mas não eliminando seu uso. Segundo Lazarsfeld, o usuário dos meios tende a usar complementarmente vários meios. O aparecimento de um novo meio, ao invés de desestimular os demais, incentiva-os. “É exatamente o princípio de todos ou nenhum que explica a articulação de toda a engrenagem da indústria cultural”.<sup>16</sup>

Marques de Melo ainda entende que um meio de comunicação estimula (positivamente) o outro; assim, a televisão não concorre para desestimular a leitura; pelo contrário, há estudos em vários países – aponta o autor - que mostram que a TV não apenas coexiste pacificamente com a leitura, mas por muitas vezes até a incentiva. Isto é facilmente verificável quando a televisão veicula algum filme ou minissérie feitos a partir de um livro: a procura por este livro aumenta exponencialmente nas livrarias.

Pode-se, portanto, afirmar, de maneira genérica, que a leitura do livro, no âmbito da indústria de bens culturais, pode ser estimulada pelo meio jornal.

De fato, a máxima do consumo da indústria cultural é gerada com a interligação de várias mídias. Por exemplo, os livros-fenômeno da série Harry Potter: altamente divulgados pela mídia,

<sup>16</sup> MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985. p. 20.

estes livros se converteram em filmes e em jogos eletrônicos, além de serem objeto das mais variadas vendas: camisetas, canetas, canecas, capas de caderno, fichários, papel de carta, álbuns de figurinhas, etc. Todos ou nenhum.

## 2.2. JORNALISMO OPINATIVO

Há, historicamente, uma diferenciação de duas categorias jornalísticas: o jornalismo informativo e o jornalismo opinativo. Tal diferenciação emerge “da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos (*hard news/stories*) das suas versões (*comments*), ou seja, delimitar os textos que contenham opiniões explícitas”.<sup>17</sup> Marques de Melo aponta o princípio do século XVIII para o surgimento da classificação dos gêneros jornalísticos, “quando o editor inglês Samuel Buckeley decidiu pela separação entre *news* e *comments* no *Daily Courant* (...)”.<sup>18</sup>

Dessa primeira diferenciação (informativo/opinativo), surgiram várias subcategorias ou gêneros, como o chamado jornalismo interpretativo, de acordo com os modos de expressão e estilos dos textos. Tais gêneros podem ser classificados, mas freqüentemente perdem ou ganham vigor, dada a natureza mutável do jornalismo.

Para Marques de Melo, os gêneros dependem da relação dialógica que o jornalista mantém com seu público, “apreendendo seus modos de expressão e suas expectativas”, ou seja, para o autor, o estilo do jornalista em determinado gênero se dá a partir das inclinações do leitor, a partir do que o leitor espera encontrar.

De qualquer maneira, a resenha (ou crítica) sobre determinado produto cultural é classificada como jornalismo opinativo, uma vez que é de sua natureza fazer uma apreciação – positiva ou negativa – sobre um bem cultural, a fim de conduzir o leitor a um juízo de valor. Esse gênero jornalístico é tratado mais a fundo no próximo tópico.

## 2.3. JORNALISMO CULTURAL

Não há nada de nostalgia ou negativismo em observar que o jornalismo cultural brasileiro já não é como antes. Pequeno panorama histórico é suficiente para

---

<sup>17</sup> MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo*. São Paulo: Vozes, 1994. p. 38.

<sup>18</sup> *Idem*, p. 37.

mostrar que grandes publicações e autores do passado têm hoje poucos equivalentes; mais que uma perda de espaço, trata-se de uma perda de consistência e ousadia e, como causa e efeito, uma perda de influência.<sup>19</sup>

Com estas palavras Daniel Piza abre seu livro *Jornalismo Cultural*. Um pequeno histórico apresentado pelo autor situa as origens desse tipo de jornalismo no Brasil, no qual ninguém menos que Machado de Assis, no final do século XIX, escrevia críticas de teatro e de literatura, ensaios e resenhas em jornais.

No começo do século XX muitos escritores passaram pelo jornalismo e pela crítica, dadas as dificuldades em se viver de literatura no Brasil. Um dos mais famosos foi Lima Barreto.

Com a virada do século e a efervescência das vanguardas européias, o jornalismo cultural saiu dos jornais para os periódicos especializados. Um marco no Brasil, nessa época, foi a revista Klaxon, fundada por Oswald de Andrade, que contava com a ilustre participação de Mário de Andrade, entre outros. A crítica se consagrava como a espinha dorsal do jornalismo cultural, como continua sendo até hoje. Sobre ela, observa Piza:

Com o passar do tempo, especialmente na segunda metade do século XX, a crítica começou a ocupar mais e mais espaço nos grandes jornais diários e revistas de notícia semanais, na chamada 'grande imprensa'. Embora não pudesse ter a extensão dos textos de uma revista segmentada e fosse obrigada a evitar excesso de jargões e citações, essa crítica logo ganhou poder, justamente por ser rápida e provocativa.<sup>20</sup>

Em 1928 surge a revista *O Cruzeiro*, marcada pela grande contribuição prestada à cultura brasileira. Escritores iniciantes como José Lins do Rego, Vinicius de Moraes, Manuel Bandeira, Rachel de Queiroz e Millôr Fernandes, entre outros, foram publicados em *O Cruzeiro*. Piza também recorda a grande época da crítica em jornal no Brasil, que teria se iniciado nos anos 40 do século passado. Destaca como colaboradores do *Correio da Manhã*, Álvaro Lins, Otto Maria Carpeaux, Graciliano Ramos, Aurélio Buarque de Holanda, Carlos Drummond de Andrade e Antonio Callado.

Piza ainda cita, na década de 50, os colaboradores: José Lino Grunewald (crítico de cinema), Paulo Francis (que foi editor do caderno cultural do *Correio da Manhã*), Carlos Heitor

<sup>19</sup> PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2004. p. 7.

<sup>20</sup> Idem, p.28

Cony, Ruy Castro e Néelson Rodrigues. E a lista segue, com exemplos de outros jornais nos anos subsequentes e participações igualmente ilustres, como Clarice Lispector, Antonio Candido, Haroldo de Campos e outros. Para se entender o que Piza quis dizer ao colocar que o jornalismo cultural brasileiro já não é como antes, basta atentar a esses nomes: todos eles fazem parte da história do pensamento e da literatura brasileira.

À parte alguns nomes de jornalistas culturais atuais consensualmente brilhantes – sejam eles escritores ou não – o jornalismo cultural perdeu o viço do passado. Sem nostalgia, como ele mesmo afirma, Piza traça um panorama da situação do jornalismo cultural hoje que, segundo ele, é excessivamente atrelado à agenda (“ao filme que estreia hoje, ao disco que será lançado semana que vem”), destacando mais as grandes grifes em detrimento de outras; é marcado por textos muito ruins, alguns semelhantes a press-releases, e é evidenciado pela marginalização da crítica em si, ela mesma mais e mais “baseada no achismo, no palpite, no comentário mal fundamentado (...)”<sup>21</sup>. Piza aponta que:

Mesmo os leitores pouco habituados a textos menos curtos e superficiais, a estilos marcados pela força da inteligência crítica, e com repertório cultural mais limitado, percebem que o jornalismo cultural de hoje, na maioria das vezes, beira o fútil e o leviano. Vê que os suplementos literários foram fechados ou drasticamente reduzidos, nota a hegemonia das colunas em tom de crítica impressionista, sente que o autor de uma matéria não tem muita familiaridade com o assunto ou então fala apenas aos ‘iniciados’ em seus códigos e gírias (...)<sup>22</sup>

O autor remete a uma época em que as pessoas criavam pontes cativas com a publicação dos cadernos culturais, época em que a seção cultural criava identidade do leitor com a publicação. E lembra que cultura é, *a priori*, a parte sedutora de um jornal, a parte que convida o leitor a descansar a cabeça, a não se preocupar com as notícias drásticas de política e economia, por exemplo. E que por isso mesmo o jornalismo cultural deveria ser “olhado” de forma mais particular (com menos descaso), ou seja, deveria-se respeitar seu papel mais específico, que exige profissionais com formação ou informação literária, “ter uma equipe com preparo

<sup>21</sup> Ibidem, p.63.

<sup>22</sup> Ibidem, p.63.

intelectual, que faça com exigência e charme as críticas, entrevistas e reportagens; significa permitir pluralidade e criatividade com ainda mais vigor do que nas outras seções.”<sup>23</sup>

Publicado em 2004, o livro de Piza prega que existe uma demanda – segura – por um jornalismo cultural de qualidade no país e que há um longo caminho a percorrer para alcançá-lo:

(...) há excesso das entrevistas em que não se contesta o entrevistado, das resenhas que desperdiçam o pouco espaço com pouca incisividade e sutileza, das colunas que narram o dia-a-dia do colunista. Faltam perfis que relacionem a personalidade do artista com sua criação, críticas que saibam se deter tanto na estrutura do filme como na sua eventual posição e recepção, articulistas que valorizem especialmente as idéias que mexem com nosso cotidiano.<sup>24</sup>

Piza aponta uma característica do jornalista cultural do presente: quando critica, tende a fazê-lo ora com elitismo, ora com populismo. O primeiro aparta um pequeno grupo da maioria, e o segundo tende a subestimar essa maioria.

Se o autor coloca que o jornalismo cultural no Brasil é superficial – no caso dos cadernos diários – ou muito elitista – no caso dos suplementos de domingo - também sugere como deve ser um bom texto crítico. Nada de extraordinário para os que conhecem (um pouco) do universo jornalístico: o texto deve ser claro, coeso, ágil. Deve informar ao leitor sobre o que trata a obra: no caso de livro, um pequeno resumo e informações sobre o autor. Também deve analisar a obra sutilmente, conferindo-lhe pesos relativos para qualidades e defeitos. E, por fim, há um ingrediente mágico, cuja receita só conhecem os grandes críticos: “(...) a capacidade de ir além do objeto analisado, de usá-lo para uma leitura de algum aspecto da realidade, de ser ele mesmo, o crítico, um autor, um intérprete do mundo”.<sup>25</sup>

Afinal, trata-se de jornalismo opinativo: a crítica invoca a criação, a leitura do mundo; busca influenciar o público a que se dirige; aliás, primeira característica dela.

Sobre a crítica, Marques de Melo discorre no livro *Jornalismo Opinativo*, fazendo inicialmente um paralelo, no capítulo *Crítica ou Resenha*. É que, para o autor, quando o jornalismo passa a ser produzido em escala industrial, a partir dos anos 1930, crítica e resenha se dividem de acordo com a lógica de mercado.

<sup>23</sup> Ibidem, p.65.

<sup>24</sup> Ibidem, p.67.

<sup>25</sup> Ibidem, p.70.

Marques de Melo entende que aquela crítica citada por Piza, feita por grandes personalidades brasileiras no início do século XX, era a crítica *pura* (grifo nosso), feita em linguagem especializada sobre obras de arte para um público de elite, consumidor dessas obras. E que, a partir dos anos 30, com a ampliação do público leitor, não acontece mais a análise das obras de arte, mas sim a orientação para o consumo dos bens culturais da indústria cultural.

Feita essa distinção, a crítica doravante passa a se denominar *resenha*, agora – de acordo com o autor – feita por profissionais remunerados regularmente (os críticos eram remunerados ocasionalmente), adquirindo caráter mais popular. Assim, para Marques de Melo:

(...) os grandes intelectuais que continuaram a realizar exercícios críticos estruturados segundo os padrões da análise acadêmica refugiaram-se nos periódicos especializados ou nos veículos restritos ao segmento universitário da sociedade brasileira. E se autodenominaram *críticos*, em contraposição àqueles que permaneceram nos meios de comunicação coletiva, ou que se agregaram ao trabalho de apreciar os novos lançamentos artísticos, cujos textos passaram a chamar de *resenhas*, traduzindo a expressão *review* utilizada pelo jornalismo norte-americano.<sup>26</sup>

Também dentro do mesmo raciocínio, diz o autor:

Assim sendo, a resenha é hoje exercida, no Brasil, por jornalistas que desempenham (ou já o fizeram no passado) atividades vinculadas ao campo privilegiado de análise, o que os torna competentes para esse trabalho. Isso não exclui a existência de ‘críticos’ que, designados para cobrir determinadas áreas da produção cultural, acabaram se enfronhando nos bastidores do setor e despontaram como analistas capazes de merecer a credibilidade do público.<sup>27</sup>

É importante notar que o livro de Marques de Melo foi escrito em 1983, anterior, portanto, ao livro de Daniel Piza. Hoje os dois termos (crítica e resenha) freqüentemente se confundem, sendo mais utilizado o primeiro quanto a esse tipo de texto opinativo de jornais. Ainda assim, a contextualização histórica e a caracterização do gênero colocadas por Melo constituem marcos teóricos para jornalistas e estudiosos da área. Ele explica, por exemplo, a perda “do viço” observado por Piza em relação aos críticos do passado e os do presente:

Desaparece (ou se torna residual) a crítica estética, dedicada a apreender o sentido profundo das obras-de-arte e situá-las no contexto histórico, surgindo,

<sup>26</sup> MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**. São Paulo: Vozes, 1994. p. 126.

<sup>27</sup> Idem, p. 126/127.

em seu lugar, a resenha, uma atividade mais simplificada, culturalmente despojada, adquirindo um nítido contorno conjuntural.<sup>28</sup>

Para Melo, a resenha é um gênero jornalístico que vai orientar o público na escolha dos produtos culturais em circulação no mercado. “Não tem a intenção de oferecer julgamento estético, mas de fazer uma apreciação ligeira, sem entrar na sua essência enquanto bem cultural”.<sup>29</sup>

Agora, cabe ressaltar que o conceito utilizado nesse projeto é o de “crítica”, mas não como apreciação estética pura de obras literárias, tampouco como ligeiro comentário para orientar o consumo do público-alvo. O formato de crítica a ser utilizado configura um diferencial: a apreciação de produtos literários em uma linguagem jornalística, acessível, simples e direta, mas sem a intenção de fazer propaganda comercial desses bens; a intenção é estimular o público-alvo a se tornar apreciador da literatura, e não apenas incentivar o consumo de produtos literários disponíveis no mercado cultural.

A partir do próximo item, explicita-se o contexto de atualidade que configura a razão de ser do produto jornalístico proposto.

---

<sup>28</sup> Ibidem, p.127/128.

<sup>29</sup> Ibidem, p.123.

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO

O brasileiro lê pouco. A pesquisa *Retrato da Leitura no Brasil*, publicada em julho de 2001, registra uma média de compra de livros inferior a um livro por habitante por ano no país. As explicações para isso se encontram nas raízes políticas e econômicas brasileiras, ou seja, na má distribuição de renda que acarreta desigualdade social. *Para uma leitura crítica da comunicação*, de Marques de Melo, apresenta dados estatísticos que mostram que não adianta construir mais escolas ou fazer crescer a indústria editorial: mesmo com a redução das taxas de analfabetismo, o público leitor não cresce no Brasil. O domínio do código alfabético certamente faz com que um alfabetizado funcional seja capaz de redigir seu próprio nome; ter esse domínio engrossa o índice de população alfabetizada de um país. Mas isso não significa um aumento no número de leitores.

Porém, o papel da escola na “construção” de leitores permanentes é um tema concernente à proposta aqui apresentada. Marques de Melo aponta para o fato de que a criança, nos primeiros anos escolares, acaba associando leitura com obrigação:

(...) A escola pode levar à leitura compulsória durante algum tempo. Mas o leitor formado obrigatoriamente a partir das tarefas escolares deixa de ser leitor quando abandona a escola. Torna-se um leitor ocasional, casual. Porque esse leitor formado pela escola adquire a sensação de que a leitura é algo vinculado à rotina da aprendizagem; portanto, uma atividade chata, cansativa, desinteressante.<sup>30</sup>

A partir de meados da década de 1970 houve um “sucateamento” das escolas públicas no Brasil e pessoas com melhores chances no vestibular e no mercado de trabalho são, hoje, aquelas que freqüentaram escolas particulares. Mas mesmo nessas, o hábito de leitura como fonte de prazer ainda é um valor a ser conquistado.

Essas informações encontram ressonância no livro *Leitura, Literatura e Escola – Sobre a Formação do Gosto*, de Maria do Rosário Mortatti Magnani<sup>31</sup>. A autora resgata os primórdios da educação no Brasil, quando ela era feita pelos jesuítas apenas para os filhos de colonos, para

<sup>30</sup> MELO, José Marques de. *Para uma leitura crítica da comunicação*. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985, p. 25.

<sup>31</sup> A autora é mestre e doutora em Educação. Atualmente integra o corpo docente do curso de Pedagogia e do programa de pós-graduação em Educação da FFC/Unesp/Marília e coordena o projeto integrado de pesquisa “Ensino de Língua e Literatura no Brasil: repertório documental republicano”.

entender o porquê de o brasileiro não ter gosto pela leitura. Apesar dos importantes apontamentos históricos, que confirmam a secular dependência econômica e cultural do Brasil e a acentuada desigualdade social, a explicação está mais clara na análise do século XX, quando, nos anos 1960, foram realizadas campanhas de alfabetização compulsória no País.

O que tais campanhas suscitaram foi o “saber escrever” (o próprio nome), muito mais do que o saber ler; o *gostar* de ler ficou muito aquém do objetivo. Mas o governo militar pôde exibir, em dados da Unesco, um grande número de alfabetizados brasileiros, como ainda hoje o fazem os governos, agora de caráter democráticos.

Mas ao sair da esfera de pessoas apenas alfabetizadas (afinal, para ser leitor é preciso, além de ser alfabetizado, ter tempo para ler, dinheiro para comprar livros ou acesso fácil a bibliotecas) e passar aos casos de alunos de escolas de Ensino Fundamental (a autora foi professora do Ensino Médio durante muitos anos), Magnani constata que o que vêm sendo feito equivocadamente, pelas escolas, ocorre durante o processo de formação do gosto pela literatura. Ela relata que os livros didáticos e as leituras geralmente sugeridas nas escolas buscam,

através de caminhos pseudocientíficos, frutos de teorias literárias mal digeridas, convencer o leitor de que literatura é resumo do enredo, nome dos personagens, onde e quando se passa a ação, trecho de que mais gostou e mensagem. (...) Certas normas estéticas (literárias) e lingüísticas vão sendo assim sedimentadas e transformadas em modelos (órfãos e a-históricos), muitas vezes inconscientes, para ler e escrever a vida e o mundo.<sup>32</sup>

Ainda sobre o livro didático, coloca a autora:

Com os exercícios de preenchimento de espaços em branco, de testes de múltipla escolha, de reprodução do texto, e com as ilustrações de pouca qualidade – muitas vezes redundantes em relação ao texto - , com tudo isso, o livro didático pode manter o aluno ocupado e dar-lhe a sensação de estar trabalhando muito (...). Mas certamente não garante uma leitura crítica e transformadora da realidade, tornando paradoxal a intenção de, com todos esses artifícios, despertar o prazer de ler e escrever. E é com base nesse material, nesse estereótipo de aula, que se aprovam ou reprovam os alunos, que se busca estimular o gosto pela leitura e que se criam imagens imbecilizadas de leitor, texto e leitura, para servir de base à produção crescente de livros como forma de sustentar a crise da leitura.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> MAGNANI, Maria do Rosário Mortatti. *Leitura, Literatura e Escola. Sobre a Formação do Gosto*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 2ª ed. p. 54.

<sup>33</sup> Idem, p. 55/56.

De fato, informações do site do governo Vivaleitura<sup>34</sup> apontam que o Brasil tem a maior indústria editorial da América Latina, produzindo mais da metade dos livros do continente. É de se espantar que esse mesmo país possua 16 milhões de analfabetos absolutos, com 15 anos ou mais, o que equivale a 9% da população, segundo apurou Jorge Werthein,<sup>35</sup> a partir de dados do Inaf – Indicador Nacional de Analfabetismo Funcional, que realizou pesquisa em parceria com a ONG Ação Educativa em 2003. São ainda dados da pesquisa do Inaf<sup>36</sup>:

Somente um terço dos brasileiros domina os princípios básicos de leitura e escrita. Os outros 66%, quando lêem, não entendem o conteúdo de textos simples.

Junte-se a isso alguns resultados de uma pesquisa feita pelo MEC, divulgada em março de 2005, sobre as perspectivas do mercado editorial e livreiro<sup>37</sup>: a média de compra de livros por ano no Brasil é inferior a um livro por habitante (0,98 livros per capita). Nos Estados Unidos e na Alemanha, por exemplo, os índices revelam a mesma média de sete livros por habitante.

### 3.1. RETRATO DA LEITURA NO BRASIL<sup>38</sup>

Vinte e um países da Europa e das Américas comemoraram 2005 como o *Ano Ibero-Americano da Leitura*. No Brasil, por exemplo, o Senado aprovou em dezembro de 2004 um

<sup>34</sup> Disponível em <[www.vivaleitura.com.br/artigos.asp](http://www.vivaleitura.com.br/artigos.asp)>. Acesso em 25 ago 2005.

<sup>35</sup> Jorge Werthein é doutor em Educação pela Universidade de Stanford (EUA) e representante da Unesco no Brasil (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura).

<sup>36</sup> Disponível em: <[www.unesco.org.br/noticias/opiniaow/artigow/vivamosaleitura/mostra\\_documento](http://www.unesco.org.br/noticias/opiniaow/artigow/vivamosaleitura/mostra_documento)>. Acesso em 27 ago 2005.

<sup>37</sup> Pesquisa Perspectivas do Mercado Editorial e Livreiro para 2005. Disponível em: <[www.snel.org.br/pdf/Expectativa\\_2005.pdf](http://www.snel.org.br/pdf/Expectativa_2005.pdf)>. Acesso em 28 out 2005.

<sup>38</sup> Pesquisa realizada em janeiro de 2001 e publicada em julho de 2001, com 6.673 entrevistados, mostra os hábitos de leitura no País e fornece informações essenciais para o planejamento mercadológico e o estabelecimento de políticas públicas.

projeto que institui o fim de taxas e impostos sobre a comercialização de livros no país.<sup>39</sup> Oportunamente, a CBL – Câmara Brasileira do Livro, em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel), Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) e Associação Brasileira dos Editores de Livros (Abre-livros), realizou uma pesquisa denominada *Retrato da Leitura no Brasil*<sup>40</sup>, cujos dados têm especial pertinência para este trabalho:

A leitura de livros é apreciada, de fato, por apenas 1/3 da população adulta alfabetizada;  
as chamadas classes B e C concentram 70% dos apreciadores de livros;  
entre as 17 milhões de pessoas que não gostam de ler livros, 11,5 milhões possuem até oito anos de instrução;  
89% dos municípios brasileiros não têm livraria<sup>41</sup>;  
cerca de 1.300 municípios brasileiros das regiões mais pobres não possuem uma biblioteca pública;  
61% dos brasileiros adultos alfabetizados têm muito pouco ou nenhum contato com os livros;  
de cada 10 não-leitores, sete têm baixo poder aquisitivo;  
73% dos livros estão concentrados nas mãos de 16% da população.

Os dados permitem concluir que milhões brasileiros não lêem por dificuldade de acesso ao livro, pela falta de bibliotecas e livrarias. Por outro lado, a pesquisa também revelou dados, no mínimo, desconcertantes: 30% da classe A, que tem dinheiro para comprar livros, declarou não ter vontade de ler. Preguiça ou impaciência figuram entre os motivos declarados pelas classes A e B para não lerem. A pesquisa também revelou que cerca de 1/4 dos universitários não gosta de ler e que 17% da classe B e 11% da A nunca pegam um livro espontaneamente.

<sup>39</sup> A medida isenta distribuidores, editores e livreiros de carga fiscal que varia de 3,65 a 9,25% na forma de contribuições como PIS/Pasep e Cofins. Os editores, em contrapartida, deverão contribuir com 1% sobre as vendas de livros no país para a criação de um fundo de incentivo à leitura.

<sup>40</sup> Site <[www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)>. Disponível em

<[www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1)>. Acesso em 19 ago 2005.

<sup>41</sup> O Brasil possui seis mil municípios e 2008 livrarias (Retrato da Leitura no Brasil).

### 3.2. UMA LUTA DE TODOS

Marques de Melo salienta que o hábito de leitura deve se iniciar na família, no cotidiano da criança: “É uma atividade que se inicia no núcleo de educação informal que é a família e encontra sustentação na vida comunitária. A escola contribui para sedimentá-lo, mas não para lhe dar projeção na história do indivíduo”.<sup>42</sup>

A psicóloga paranaense Denise de Camargo desenvolve projetos que buscam estimular o hábito da leitura como fonte de prazer. Para ela, o processo formador de leitores permanentes deve se iniciar na família, desde os primeiros anos das crianças: “Quando os pais manuseiam livros dentro de casa, quando eles lêem histórias para seus filhos, estão ajudando a criar um vínculo emocional da criança com a leitura”.<sup>43</sup> Estabelecido esse vínculo em casa, a criança terá mais facilidade em acompanhar – e gostar – da leitura na escola.

Em casa, os pais devem ler junto com seus filhos, traduzir aquele mundo imaginário, serem os mediadores entre a criança e o livro. Essa motivação da leitura pode se dar desde muito cedo. A palavra escrita tem que fazer parte do universo da criança. Ela tem que ter livros em casa, tem que ver seus pais lendo, manuseando livros. Se os pais desligam a televisão e manuseiam um livro, demonstram que o livro é mais importante que a TV.<sup>44</sup>

Ora, os filhos imitam os pais e os tomam como primeiro exemplo; se uma criança nunca vê seus pais lendo e/ou não é estimulada ao contato precoce com os livros (infantis, claro), dificilmente reconhecerá na leitura o prazer da atividade cotidiana que é, tanto quanto brincar ou assistir desenho na televisão.

Denise de Camargo também trabalha auxiliando jovens universitários que apresentam dificuldades em acompanhar as aulas. A conclusão de seu trabalho com esses jovens é que todos eles **não** lêem como fonte de prazer. A consequência imediata dessa falta de leitura é um baixo repertório lingüístico e cultural, reduzindo substancialmente a capacidade de aprendizagem dos alunos.

---

<sup>42</sup> MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985, p.26.

<sup>43</sup> CAMARGO, Denise de. Entrevista concedida em 24 de abril de 2006.

<sup>44</sup> Idem.

Eu descobri que na casa desses estudantes não têm livros. Descobri que esses estudantes passam seus tempos livres no Orkut, na internet, e que só lêem quando obrigados. O problema deles é falta de entendimento do que o professor fala e dificuldade em interpretação de texto, ou seja, eles têm vocabulário pobre porque não lêem. Eu tento mostrar pra eles que é através da leitura e do aumento do universo lingüístico que se compreende o mundo e que se desenvolve visão crítica. Sem isso, quais as chances de alguém no mercado de trabalho?<sup>45</sup>

Caberá às escolas, por sua vez, criar o vínculo emocional da criança com a leitura, quando isso não acontece em casa. Estimular os alunos a ir à biblioteca, a levar livros para casa, a gostar de ler, continua sendo, paralelamente e contraditoriamente, um desafio e o meio mais fácil de formar bons alunos e cidadãos conscientes.

### 3.3. POR QUE É IMPORTANTE LER?

“A leitura do mundo precede a leitura da palavra”.<sup>46</sup>

As palavras de Paulo Freire se referem à leitura do mundo como chave para o ser humano tornar-se sujeito da História. Ler o mundo significa, pois, conhecer os processos que interferem na existência humana e individual como ser social e ser político. Sobre o assunto, diz Marques de Melo: “Só o indivíduo capaz de fazer uma leitura do mundo, tentando captar os signos de seu dinamismo para nele interferir e atuar, sente-se motivado para a leitura da palavra”.<sup>47</sup> E é na leitura da palavra que cresce o espírito crítico sem o qual a cidadania não é plenamente exercida.

Evidentemente esse é um problema crônico ao se considerar o grande contingente de analfabetos e de analfabetos funcionais de qualquer lugar do mundo. Nosso foco, porém, está naquelas pessoas já alfabetizadas, mas que ainda não descobriram o prazer<sup>48</sup> da leitura.

---

<sup>45</sup> Ibidem.

<sup>46</sup> Freire, Paulo. A importância do ato de ler. Disponível em: <[http://academica.extralibris.info/letramento/a\\_importancia\\_do\\_ato\\_de\\_ler\\_pa.html](http://academica.extralibris.info/letramento/a_importancia_do_ato_de_ler_pa.html)>. Acesso em 22 nov 2005.

<sup>47</sup> MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da Comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985, p.28.

<sup>48</sup> No dicionário, prazer quer dizer: 1. alegria, contentamento, júbilo. 2. deleite, gosto, satisfação. 3. boa-vontade, agrado. 4. distração, divertimento.

Os amantes da leitura encontram nos livros deleite, satisfação. A maioria das pessoas, porém, (quando lê) ou lê por obrigação, ou consome *best-sellers* e livros de auto-ajuda, tão divulgados pela Indústria Cultural. Como estimular a leitura em uma era em que o visual oferece tantas oportunidades de entretenimento, como a Internet, o cinema, os jogos eletrônicos, a televisão, o rádio, o karaokê, etc?

Especialmente, a leitura de jornais nos interessa, por ser um jornal o produto proposto nesse trabalho. Mas aí também as estatísticas não são otimistas: em geral, ocorre atualmente um decréscimo no número de jornais lidos no Brasil; paralelamente, aumenta de forma considerável a leitura de jornais on-line. O jornal O Globo on-line publicou matéria em 18/11/2005 sobre o assunto.

A matéria traz dados de 2005 sobre leitura de jornais. Aponta que, segundo pesquisa do Ibope/NetRatings, houve um aumento de 13,9% dos leitores de jornais on-line no Brasil, entre outubro de 2004 e outubro de 2005. Bastante superior à alta de 3,6% referente à circulação dos jornais impressos entre agosto de 2004 e agosto de 2005, segundo a mesma pesquisa.<sup>49</sup>

José Carlos Fernandes, em análise da crise da leitura no Brasil, escreve sobre o mesmo assunto:

O fenômeno do decréscimo e abandono do jornal como veículo diário e constante de consulta, ou mesmo fonte primordial de informação e de formação de opinião, pode ser registrado em todas as partes do planeta. Mas se torna mais sensível nos países de Terceiro Mundo, onde os baixos índices de leitura estão relacionados à falta de investimentos na educação, à decrescente possibilidade de consumo de livros, à desarticulação política, analfabetismo e analfabetismo funcional, entre outros fatores.<sup>50</sup>

Fernandes demonstra por meio de dados, que a televisão e o rádio disparam, em preferência, no gosto do público em relação aos jornais. Segundo o autor, pesquisas junto ao público jovem apontam que para 89% dos jovens, o rádio é a segunda forma de entretenimento,

<sup>49</sup> Site [www.oglobo.globo.com](http://oglobo.globo.com). Disponível em <<http://oglobo.globo.com/online/economia/189204022.asp>> Acesso em 23 nov de 2005.

<sup>50</sup> FERNANDES, José Carlos. *O leitor mora na tipografia – O receptor de notícias no território do jornalismo cultural*. Curitiba, PR. UFPR, Dissertação de Mestrado, 2006. p.134

atrás da televisão”.<sup>51</sup> Ainda coloca que a diminuição do número de leitores de jornais é explicada, em partes, pela dificuldade das empresas jornalísticas em cativar leitores jovens (principalmente com a consolidação da internet), pelas baixas receitas e pelo recuo publicitário, no qual os anunciantes estariam migrando para outras mídias mais eficientes.<sup>52</sup>

Por que, então, confeccionar um jornal tablóide, considerando-se os dados desoladores?

Primeiro, porque apesar de o Brasil possuir 18,9 milhões de internautas residenciais, a Internet ainda está longe de ser considerada acessível para todo brasileiro. Evidentemente, os estudantes das classes mais pobres dificilmente têm acesso gratuito ao computador, sendo o jornal impresso mais acessível sob vários aspectos.

Outro ponto é o próprio caráter impresso do produto; parece lógico divulgar a literatura – naturalmente impressa – por intermédio de um veículo impresso, no caso um jornal tablóide.

---

<sup>51</sup> Idem, p.134.

<sup>52</sup> Idem, p. 133.

## 4 PERFIL DO PRODUTO

### 4.1. PERFIL GRÁFICO

**Formato:** Tablóide – 12 páginas

**Cor:** 4 cores

**Papel:** papel-jornal

**Número de páginas:** 12

**Tiragem:** 3 mil exemplares

**Periodicidade:** Mensal

As margens seguirão o seguinte padrão: 1,0 cm para margens superior e inferior, margens internas com 0,5 cm e margens externas com 1,0 cm.

Todas as páginas, exceto a capa, terão dois traços (de 2 e de 4 pontos) ao alto, entre os quais estará escrita a editoria, o nome do produto e a data. Os olhos também serão delimitados por dois traços de 2 e 4 pontos, buscando uma identidade visual.

As figuras (imagens e fotos) estarão em harmonia com o texto, de forma que haja um equilíbrio privilegiando certa leveza, de acordo com a proposta de cativar o público-alvo. Ainda, as imagens serão selecionadas de acordo com o conteúdo textual, de forma a complementar e enriquecer as resenhas.

### 4.2. PERFIL EDITORIAL

#### 4.2.1. Linha editorial

A proposta editorial do jornal VivaLer está centrada na confecção de textos leves e objetivos sobre livros e autores de literatura com ênfase para os clássicos, mas sem deixar de lado os contemporâneos. Destacam-se nesta linha pontos como:

- domínio do idioma
- linguagem acessível

- rigor e exatidão na redação de conteúdos
- certa liberdade estilística, sem perder a exatidão das informações
- incentivar a crítica
- usar de recursos visuais propiciando uma diagramação leve, de forma a seduzir o público-alvo
- originalidade nas publicações
- facilitar a leitura através de quadros e ilustrações
- enriquecer o jornal com ilustrações pertinentes às matérias
- descobrir áreas de interesse do público-leitor

#### 4.2.2. Configuração editorial e pauta da primeira edição:

##### **Página 1:**

- nome do jornal
- data
- número
- distribuição
- 1 chamada grande com gravata
- destaques da edição no pé da página

##### **Página 2:**

- Opinião: texto opinativo em uma coluna, retratando a importância da leitura, redigido pela editora-chefe.
- charge: assinada por um colaborador do jornal, faz crítica sobre o tema do editorial ou de algum destaque da edição.
- expediente: dados funcionais, impressão, distribuição e complementação de dados para contato.

**Página 3:**

- Editoria Entrevista: entrevistas com pessoas relacionadas ao tema leitura & educação. Na primeira edição, a entrevistada será a psicóloga Denise de Camargo, que desenvolve um trabalho de fomento à leitura junto a estudantes. O destaque será sobre a importância do incentivo à leitura desde a infância como processo integrador do indivíduo no universo dos livros. Entrevista feita pela editora-chefe.

**Páginas 4 e 5:**

- Editoria Clássicos: cada página será destinada a uma resenha crítica de obras literárias consagradas, nacionais e internacionais. Nesta primeira edição, os autores contemplados serão Machado de Assis (*O Alienista*) e William Shakespeare (*Macbeth*).

**Páginas 6 e 7:**

- Editoria Capa: trará o maior destaque de cada edição, com resenha crítica especial, além de dados sobre o autor. Na primeira edição, a obra em destaque será *A Metamorfose*, de Franz Kafka.

**Página 8:**

- Editoria Vestibular: a cada edição, trará uma resenha sobre um dos livros do vestibular da UFPR. Na primeira edição, o livro selecionado é *Seminário dos ratos*, de Lygia Fagundes Telles.

**Página 9:**

- Editoria Educação: reportagem sobre as temáticas abordadas no editorial, ou seja, relativas aos problemas da educação no Brasil. Nesta edição, a reportagem será sobre sites de domínio público que disponibilizam centenas de obras literárias na internet.

**Página 10:**

- Editoria Produção nacional: fará a apreciação de obras de escritores brasileiros contemporâneos. Na primeira edição, o autor abordado será Valêncio Xavier, e o livro em destaque será *Maciste no Inferno*.

**Página 11:**

- Editoria Leia isso!: página de serviço do jornal, trazendo diversos títulos de obras literárias clássicas ou contemporâneas, com dados da editora, número de páginas, autor e preço, além da foto da capa do livro.

**Página 12:**

- inteiramente disponibilizada para anúncios publicitários.

**4.3. VIABILIDADE ECONÔMICA**

A viabilidade econômica do produto se dará por meio de anúncios de patrocinadores/apoiadores vinculados às áreas de educação e literatura, bem como por meio de anúncios de serviços e produtos dirigidos ao público-alvo.

Prováveis parceiros:

- Editoras
- Livrarias
- Escolas particulares/cursinhos/órgãos públicos de Educação
- Bancos privados
- Sebos

**4.3.1. Plano de mídia**

Exclusividade _____	R\$14.410,00
Última página inteira _____	R\$ 2.500,00
Contra-capas frontal inteira _____	R\$ 1.500,00

¼ de página inferior	R\$ 350,00
¼ de página superior	R\$ 500,00
½ página inferior	R\$ 700,00
½ página superior _____	R\$ 900,00

#### 4.3.2. Recursos humanos

Para sua produção mensal, o encarte precisará de:

• 1 editor _____	R\$ 2.000,00
• 1 repórter _____	R\$ 1.300,00
• 1 arte-finalista _____	R\$ 500,00
• 1 estagiário – meio período _____	R\$ 400,00

CUSTO PARCIAL 1: \_\_\_\_\_ R\$ 4.200,00

#### 4.3.3 Recursos de consumo mensal

• Custo de impressão (3 mil exemplares) _____	R\$ 10.000,00 <sup>53</sup>
• Custo de distribuição _____	Nenhum <sup>54</sup>
• Toner de impressão (provas e material de apoio) _____	R\$ 210,00

CUSTO PARCIAL 2: \_\_\_\_\_ R\$ 10.210,00

CUSTO MENSAL TOTAL: \_\_\_\_\_ R\$ 14.410,00

<sup>53</sup> Preço orçado na Gráfica do jornal O Estado do Paraná.

<sup>54</sup> Foi realizada uma sondagem de mercado sobre a viabilidade e possibilidades de parcerias para custear a impressão e a distribuição do produto. Um dos locais contatados foi o curso pré-vestibular Positivo, que demonstrou interesse em imprimir o produto para distribuí-lo entre os alunos da entidade. A SEED – Secretaria Estadual de Educação alegou não possuir verba para os custos de impressão, mas se disponibilizou a distribuí-lo gratuitamente.

#### 4.3.4. Recursos materiais permanentes

- 2 computadores com sistema operacional Windows e os softwares Office, Pagemaker, Photoshop, Corel Draw e gravador de DVD
- 1 scanner com resolução ótica de 4800 dpi (para papel e negativos)
- 1 máquina fotográfica digital de 3.2MegaPixel
- 1 impressora laser
- 1 gravador de áudio digital
- 1 linha telefônica com ADSL com servidor de Internet

## 5 METODOLOGIA

O desenvolvimento teórico do projeto se deu, inicialmente, por meio de pesquisa de dados na internet que comprovassem a necessidade do tema, ou seja, dados acerca dos hábitos de leitura no Brasil. Esta pesquisa levou à descoberta de diversas entidades que pesquisam sobre educação, alfabetização e temas correlatos. Em seguida foi feita uma pesquisa de livros relacionados ao tema, pela internet e na biblioteca Central da Universidade Federal do Paraná.

A leitura das diversas pesquisas e dos livros foi o ponto de partida para refletir sobre como seria possível participar – mesmo que pontualmente – na melhoria dos hábitos de leitura de um determinado público-alvo, em uma determinada cidade.

O público-alvo, estudantes entre 15 e 25 anos de idade não foi uma escolha aleatória. Foi escolhido por constituir parcela da população em processo de formação de gostos culturais. A partir desta definição, começou-se a pensar na linha editorial do projeto. Para defini-la, iniciou-se uma análise das publicações sobre livros que circulam em alguns jornais brasileiros. Destas publicações, constatou-se que existem encartes de literatura ora de linguagem rebuscada, ora não, mas que primam pelos lançamentos da indústria editorial, em detrimento dos clássicos da literatura.

Depois dessa análise, foi definida a linha editorial do projeto, passo primeiro para o início da redação das resenhas e artigos que integram o produto final. Concomitantemente, diversos livros de literatura clássica vêm sendo lidos desde o início do desenvolvimento teórico. Destes, foram selecionados, para entrar no jornal, livros com temática atraente ao público jovem.

Definidos os livros a serem resenhados, foi iniciada uma busca de ilustrações para o jornal que visam, mais uma vez, atrair a atenção, convidar o público a ler o jornal. Um estudo de fontes e cores, por fim, foi realizado, com o intuito de dar leveza e boa legibilidade ao jornal-piloto.

## 6 CONCLUSÃO

A pesquisa de dados sobre leitura no Brasil é, no mínimo, desoladora. Os números não falam em milhares, mas em milhões de analfabetos, milhões de pessoas que sabem ler mas não têm acesso aos livros, e até mesmo milhões de brasileiros que têm acesso aos livros mas não gostam de ler.

Simultaneamente, há muito que se desenvolver economicamente e socialmente no país. Sem falar na pouca participação política das cidades e de uma classe política acostumada a beneficiar apenas segmentos da elite econômica. Mas e quanto aos milhões de brasileiros que têm acesso aos livros mas não lêem? Algo se perdeu no processo de educação escolar e familiar dessas pessoas. Algo valioso e sobre o qual vale a pena lutar.

Talvez a culpa seja dos métodos pedagógicos que (até hoje) ensinam a decorar datas históricas, personagens do livro, resumos e enredos. Talvez a culpa seja da má formação e do péssimo salário dos professores, ou dos próprios sistemas de ensino. Ou todos esses fatores ligados. Talvez professores e diretores, pedagogos e pais ainda não tenham percebido que a leitura é o caminho mais fácil para entender o mundo, para viver o mundo, com suas contradições e dificuldades.

Foi pensando nessas questões que se concebeu a idéia do produto aqui proposto. Sua meta principal é tentar mostrar o prazer da leitura, a variedade de temas – capazes de agradar qualquer leitor – que se pode encontrar dentro de um livro, o valor que certas obras legam para a humanidade. Por que muitos jovens não gostam do *Dom Casmurro*? Porque foram obrigados a ler na idade errada. Não se obriga a ler um livro. Pode-se eliminá-lo para sempre da vida de alguém.

Para esta importante missão, a de cativar uma pessoa que seja a ler mais, pensou-se em um diferencial para o produto: a linguagem. Se o público-alvo é jovem, a linguagem deve ser simples e direta. Para falar de literatura não é preciso começar falando de James Joyce ou Euclides da Cunha; existem obras interessantíssimas escritas com simplicidade. Começemos, pois, com Dalton Trevisan, com Kafka, com temas marcantes, estórias chocantes: pensando, primeiro, na formação do gosto.

Na prática, a confecção das resenhas se mostrou tarefa árdua: analisar clássicos requer domínio cultural e domínio da escrita. Além de estilo e daquele ingrediente mágico de que fala

Daniel Piza. Contudo, e admitindo se estar muito longe de possuir os domínios acima citados, fazer este produto, pensar na diagramação e na leveza dos textos, é um primeiro passo no caminho do jornalismo cultural.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ASSIS, Joaquim Maria Machado de. **O Alienista**. São Paulo: Ática, 1998.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular – Leituras de Operárias**. Petrópolis: Vozes, 1972.

CAMARGO, Denise de. **Qualquer pessoa pode encontrar o prazer de ler**. Entrevista concedida a Sonia Luzia Volpato.

CHICOSKI, R. **Eros e Tanatos no discurso labiríntico de Valêncio Xavier**. Tese (Doutorado em Letras) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2004.

ENTRE LIVROS. **Entre Clássicos**. São Paulo: Ediouro, n. 2, 2006. 98p. Especial Entrelivros.

FERNANDES, José Carlos. **O leitor mora na tipografia – O receptor de notícias no território do jornalismo cultural**. Curitiba, PR. UFPR, Dissertação de Mestrado, 2006.

FIORE, Ottaviano De. O Brasil pode tomar-se uma nação letrada? **Leitura D.O.** São Paulo, n. 1, p. 27-35, 2001.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler**. Disponível em: <[http://academica.extralibris.info/letramento/a\\_importancia\\_do\\_ato\\_de\\_ler\\_pa.html](http://academica.extralibris.info/letramento/a_importancia_do_ato_de_ler_pa.html)>. Acesso em 22 nov 2005.

HALLIDAY, F. E. **Shakespeare**. Jorge Zahar Editor: Rio de Janeiro:1990.

KAFKA, Franz. **O processo**. Martin Claret: São Paulo, 2002.

\_\_\_\_\_. **A metamorfose**. Porto Alegre: L&PM, 2006.

\_\_\_\_\_. **Carta-ao pai**. Porto Alegre: L&PM, 2006.

MAGNANI, Maria do Rosário Mortatti. **Leitura, Literatura e Escola. Sobre a Formação do Gosto.** São Paulo: Martins Fontes, 2001. 2ª ed.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações.** Rio de Janeiro: EDUF RJ, 2001.

MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da comunicação.** São Paulo: Ed. Paulinas, 1985.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo opinativo.** São Paulo: Vozes, 1994.

\_\_\_\_\_. **A esfinge midiática.** São Paulo: Paulus, 2004.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Retrato da leitura no Brasil.** Disponível em:

<[www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/noticias/index.php?p=883&more=1&c=1&pb=1)>. Acesso em 19 ago 2005.

NICULITCHEFF, Valêncio Xavier. **Maciste no Inferno.** Criar Edições: Curitiba, 1993.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Manual da monografia jurídica.** São Paulo: Saraiva, 1997.

O GLOBO ON LINE. **Leitura de jornais on-line cresce 13,9% no Brasil.** Disponível em <<http://oglobo.globo.com/online/economia/189204022.asp>>. Acesso em 23 nov 2005.

PMEL. **Perspectivas do mercado editorial e livreiro.** Disponível em

<[www.snel.org.br/pdf/Expectativa\\_2005.pdf](http://www.snel.org.br/pdf/Expectativa_2005.pdf)>. Acesso em 28 out 2005.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural.** São Paulo: Contexto, 2004.

RAMOS JÚNIOR, José de Paula. Machado de Assis: o Lince. **Discutindo Literatura,** São Paulo, n.4, p.30-39, 2006.

SHAKESPEARE, William. **Macbeth.** Porto Alegre: L&PM, 2002.

TELLES, Lygia Fagundes. **Seminário dos ratos.** Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

VIVALEITURA. **O Vivaleitura**. Disponível em <[www.vivaleitura.com.br](http://www.vivaleitura.com.br)>. Acesso em 25 ago 2005.

\_\_\_\_\_. **2005, O Ano Ibero-americano da Leitura**. Disponível em <[www.vivaleitura.com.br/artigos.asp](http://www.vivaleitura.com.br/artigos.asp)>. Acesso em 25 ago 2005.

UNESCO BRASIL. **Viva(mos) a leitura**. Disponível em: <[www.unesco.org.br/noticias/opiniao/artigow/vivamosaleitura/mostra\\_documento](http://www.unesco.org.br/noticias/opiniao/artigow/vivamosaleitura/mostra_documento)>. Acesso em 27 ago 2005.

## ANEXOS (Textos que compõem o produto jornalístico)

### OPINIÃO

Um dos fatores fundamentais do desenvolvimento de um país é possuir uma nação letrada. Difundir entre o povo os instrumentos da informação escrita – o livro, a revista, o jornal e, hoje em dia, o computador – faz parte das metas de crescimento econômico de todos os países desenvolvidos. Vivemos a chamada sociedade da informação, na qual a mercadoria mais valiosa é o conhecimento, fixado pela escrita. Quanto mais letrado for o cidadão, mais bem pago será nessas novas sociedades da informação. Saber usar o conhecimento atrai dinheiro, justamente porque esse tal cidadão altamente capacitado e informado está em falta.

É preciso ler. No Brasil, a grande maioria da população não tem acesso aos benefícios profissionais, sociais, políticos, econômicos e de lazer que apenas a familiaridade com a leitura pode proporcionar. Na maioria das famílias, ler não é um hábito e nem um direito conquistado. Nas escolas públicas falta tudo: iluminação, livros não-didáticos, diretores, professores, banheiros... O preço do livro no Brasil é um dos mais altos do mundo, devido às baixas tiragens (detalhe: o Brasil possui o maior mercado editorial de toda a América Latina). Faltam bibliotecas públicas nas regiões mais pobres, e, pasmem, 89% dos municípios brasileiros não possui sequer uma livraria...

O nosso país pode, sim, tornar-se uma nação de leitores. As metas a serem percorridas são as mesmas que outros países já adotaram, com sucesso. Por exemplo: possuir um sistema educacional orientado para a implantação do hábito de leitura; favorecer o acesso à informação escrita; adequar o preço do livro ao preço de compra do povo; incutir no imaginário popular o valor (imaterial) do livro. As soluções estão dadas. O entrave para resolvê-las é essencialmente – adivinhem - político.

## ENTREVISTA

Qualquer pessoa pode encontrar o prazer de ler

### **Denise de Camargo**

Psicóloga e professora aposentada pela Universidade Federal do Paraná, Denise de Camargo é uma pensadora da questão da leitura e da escrita como processo formador do ser humano.

*(Olho) “Em casa é aquela cobrança quanto ao dever da escola, mas os pais não lêem, ficam na televisão o dia inteiro, não vão a livrarias como uma coisa mágica”*

**VL** – Seus estudos e trabalho giram em torno da questão da leitura. Gostar de ler é algo que nasce com o indivíduo ou é algo construído?

**Denise** – Na minha visão, só gosta de ler o jovem, a criança, que estabeleceu um vínculo – emocional – com o livro, com a palavra escrita. Este vínculo é construído e não uma coisa dada.

**VL** – E como ocorre a construção desse vínculo?

**Denise** – Através de um processo do qual deveriam participar a escola e a família, apresentando a leitura, motivando a criança a manusear o livro desde pequena, e nunca associar leitura com obrigação.

**VL** – Mas e a criança que não teve esse vínculo construído? Ela pode vir a se tornar um leitor?

**Denise** – Pode. Esse vínculo pode se dar em qualquer momento da vida e com qualquer pessoa. Depende da maneira como a questão vai se apresentar aos poucos para ela. O despertar para a leitura tem que se dar de uma forma livre. Não pode ser um compromisso, uma obrigação.

**VL** – Tem que haver o prazer de ler..

**Denise** – Sim. É o mesmo que ocorre no jogo, nas brincadeiras. Ler por ler, com um fim em si mesmo, e não um meio para atingir um objetivo. A leitura tem que entrar prazerosamente no mundo do imaginário. Essa relação se estabelece mais facilmente nas crianças, mas qualquer pessoa pode encontrar o prazer de ler.

**VL** – Pode-se dizer que a escola acaba não formando leitores, pois impõe o livro como uma obrigação?

**Denise** – Sim. No espaço escolar a leitura é colocada como obrigação. Você tem que ler um livro para responder um questionário, para fazer uma prova. Os livros são impostos, ao invés de a criança poder escolher um, entre muitos. Aí em casa os pais cobram a leitura do “livro do mês”. Assim a leitura acaba sempre associada à cobrança, ao compromisso de uma nota e à punição quando não se lê. Aliás, a escola, como está sedimentada no Brasil, não ajuda o aluno a estabelecer vínculo nem com o próprio conhecimento.

**VL** – Como incentivar a leitura nesse contexto?

**Denise** – Em casa, os pais devem ler junto com seus filhos, traduzir aquele mundo imaginário, serem os mediadores entre a criança e o livro. Essa motivação da leitura pode se dar desde muito cedo. A palavra escrita tem que fazer parte do universo da criança. Ela tem que ter livros em casa, tem que ver seus pais lendo, manuseando livros. Se os pais desligam a televisão para ler um livro, demonstram que o livro é mais importante que a TV.

**VL** – Mas pelo contrário, sabe-se que muito poucas famílias sentam com seus filhos para ler...

**Denise** – É. Em casa é aquela cobrança quanto ao dever da escola, mas os pais não lêem, ficam na televisão o dia inteiro, não vão a livrarias como uma coisa mágica... Sabe, tem que pegar os filhos de vez em quando e levar a uma livraria, deixá-los folhear os livros e escolher um... Ir à livraria, ir à biblioteca e mostrar o mundo de conhecimento que existe lá.

**VL** – Estatísticas mostram que muitas famílias de alto poder aquisitivo não compram livros, para não se dizer que a culpa é só da falta de dinheiro....

**Denise** – Claro, porque não foi estabelecido nessas famílias aquele vínculo com o livro. O prazer hoje está deslocado para a televisão, para o computador, para o consumismo, coisas aliás que são mais estimuladas em nossa sociedade.

**VL** – Quais as suas conclusões a partir do seu trabalho com estudantes que apresentam dificuldades de aprendizagem?

**Denise** – Eu descobri que na casa desses estudantes não existem livros. Descobri que esses estudantes passam seu tempo livre no orkut, na internet, e que só lêem quando obrigados. O problema deles é falta de entendimento do que o professor fala e dificuldade em interpretação de texto, ou seja, eles têm vocabulário pobre porque não lêem. Eu tento mostrar para eles que é através da leitura e do aumento do universo lingüístico que se compreende o mundo e que se desenvolve visão crítica. Sem isso, quais as chances de alguém no mercado de trabalho?

## CLÁSSICOS

*O Alienista: comédia e loucura no conto de Machado de Assis*

*"A loucura, objeto de meus estudos, explicava o alienista, era até agora uma ilha perdida no oceano da razão; começo a suspeitar que é um continente."*

Joaquim Maria Machado de Assis escreveu seus contos e romances num país escravocrata, como foi oficialmente o Brasil até 1888. Não é apenas um detalhe o fato de ele ter nascido pobre e negro, ou mais especificamente mulato, em uma sociedade elitista e preconceituosa. A força de sua narrativa é tamanha que, mesmo nestas condições, alcançou notoriedade e respeito de seus contemporâneos ainda em vida. Gago e epilético, foi alto funcionário da burocracia imperial e fundou a Academia Brasileira de Letras, dando um verdadeiro tapa com luvas de pelica em todos aqueles que não esperavam de um mulato mais do que serventia e subserviência.

Teceu como nenhum outro a anatomia da sociedade patriarcal de seu tempo, que na verdade servia apenas de pano de fundo para a verdadeira análise de sua obra, a do psiquismo humano. Biografias sobre o autor contam que Machado freqüentou por muito pouco tempo a escola, e que portanto aprendeu sozinho. Dominava vários idiomas, foi jornalista, cronista, tradutor e crítico de literatura e teatro, além de romancista, contista e poeta. O que se lê em Machado é pessimista, pois com estilo elegante, ele ataca violentamente – mas com muito humor – a hipocrisia, a vaidade, a futilidade e a superficialidade das relações humanas, calcadas nas aparências das posições sociais.

E assim *O Alienista*, publicado em livro mas que é classificado por estudiosos como um conto machadiano, datado de 1883, relata a estória de um médico com uma única e obsessiva determinação na vida: estudar a loucura. Machado apresenta ao leitor um psiquiatra tirânico que pretende selecionar, classificar, catalogar, estudar e curar todos os loucos de uma pequena vila chamada Itaguaí. O problema é que, para o médico – doutor Simão Bacamarte – qualquer um pode estar louco, dentro de seus critérios sobre a razão e a loucura. Assim, em determinado ponto da história, quatro quintos dos habitantes do vilarejo são confinados à Casa Verde, o hospício construído pelo médico com apoio dos políticos do local. Um era recolhido à Casa

Verde porque dava dinheiro aos outros sem usura; outro, porque passava o dia admirando sua própria casa; outro, ainda, fora recolhido porque contara uma mentira; e um quarto, porque a divulgara... Tudo era loucura, “ninguém escapava à vigilância do alienista”.

Apesar da dura crítica à ditadura cientificista de sua época, esse conto de Machado chega a ser hilariante, de um humor rasgado. Quando os acontecimentos parecem já ter atingido um clímax, tendo sido a própria esposa do médico recolhida ao sanatório, tudo se inverte na mente do médico: os loucos na verdade não são loucos, e os “normais”, os equilibrados, passarão a ser o alvo do alienista. Ao constatar sua nova teoria, oficiou à Câmara Municipal de Itaguaí um comunicado no qual “*se devia admitir como normal e exemplar o desequilíbrio das faculdades e como hipóteses patológicas todos os casos em que aquele equilíbrio fosse ininterrupto.*” Rebeliões contra o tirano, disputas políticas e motins, além de um final inusitado, ainda surpreenderão o leitor.

Embora escrita no século XIX, a obra de Machado é atual; isto porque o autor analisa, com visão única, os eternos problemas do ser humano, atemporais e universais. A sátira contundente em *O Alienista* é sobre a pretensão da ciência em classificar a mente humana (alguma relação com a Psiquiatria de hoje?). Mas os personagens secundários, que crescem nas mãos do autor, traçam um panorama da leviandade, da adulação e da hipocrisia, tão típicos da humanidade, e deixam uma dúvida: quem será o próximo a ser recolhido à Casa Verde?

VOCÊ SABIA QUE...

*O ator Marco Nanini interpretou Simão Bacamarte em seriado da Rede Globo? Foi em 1993, em uma feliz adaptação, pois o ator encarnou o Alienista com muito humor... No elenco, ainda estrelaram Marieta Severo e Antônio Calloni.*

## CLÁSSICOS

### Shakespeare para todos

*VivaLer apresenta Macbeth, um dos clássicos “malditos” da literatura mundial.*

*Macbeth* não é apenas mais uma história sobre a eterna dualidade entre o bem e o mal. Nela, a degradação humana atinge limites intransponíveis, na luta pela coroa da Escócia.

Muitos não sabem, mas a trama demoníaca de *Macbeth*, descrita alegoricamente por Shakespeare, realmente aconteceu no ano de 1040. De fato, o rei Duncan da Escócia foi morto pelo ambicioso fidalgo de sua Corte, *Macbeth*, que lhe tomou a coroa. O trono manchado de sangue, entretanto, ganhou dimensão e notoriedade pelas mãos do maior dramaturgo de todos os tempos, que imortalizou a imagem de um sanguinolento rei e de sua perversa esposa, *Lady Macbeth*, uma personagem tão marcante quanto a própria personificação do mal.

Esta peça de Shakespeare, escrita entre 1604 e 1606, foi concebida para agradar o novo rei da Inglaterra, Jaime I, que assumiu o trono antes ocupado, por 45 anos, pela rainha Elisabeth I. Shakespeare já atingira fama na Londres elisabetana, e suas peças, de muito prestígio, eram representadas nos poucos teatros da época com grande sucesso de público.

Após travar violenta batalha em nome do rei Duncan da Escócia, *Macbeth* e seu amigo Banquo regressam da guerra, em seus cavalos, quando se deparam com estranhas aparições: três bruxas, de forma indefinível e assustadora, interpelam os cavaleiros e fazem revelações proféticas sobre o futuro de cada um. *Macbeth* logo se tornaria barão de Cawdor e, em seguida, rei. Banquo, também fidalgo do rei Duncan, seria patriarca de reis.

Continuam a jornada quando encontram mensageiros de Duncan, que saúdam *Macbeth* com o título do barão de Cawdor, que fora morto por traição. A primeira profecia das bruxas torna-se realidade, e *Macbeth* escreve uma carta para sua jovem esposa, contando-lhe sobre as revelações. *Lady Macbeth* logo cresce sob o olhar de Shakespeare, tornando-se uma das personagens femininas mais cruéis e instigantes de toda a história da Literatura.

Completamente tomada pela ambição de se tornar a esposa do rei, Lady Macbeth invoca os espíritos das trevas, para ajudarem-na a tramar a morte do rei Duncan: *“Vinde, espíritos que os pensamentos espreitais de morte, tirai-me o sexo, cheia me deixando, da cabeça até aos pés, da mais terrível crueldade! Espessai-me todo o sangue; obstruí os acessos da consciência, para que batida alguma compungida da natureza sacudir não venha minha horrída vontade, promovendo acordo entre ela e o ato. Ao feminino peito baixai-me, e fel bebei por leite, auxiliares do crime, de onde as vossas substâncias incorpóreas sempre se acham à espreita de desgraças deste mundo. Vem, noite espessa, e embuça-te no manto dos vapores do inferno mais sombrios, para que as feridas meu punhal agudo não veja que fizer, nem o céu possa espreitar através do escuro manto e gritar: "Pára! Pára!"*

O desenrolar da trama, permeada por espíritos malignos e até mesmo por um horripilante sabá de bruxas, é notável pela ambigüidade de sentimentos do casal Macbeth. Da maldade ao remorso, Shakespeare descreve mãos sujas de sangue que, por mais que se esfreguem, não podem ser limpas. Da ambição à loucura, o novo rei é capaz de matar famílias inteiras para permanecer no trono.

Box:

VOCÊ SABIA QUE...

...Na época de Shakespeare, Londres possuía pouco mais de 100 mil habitantes. As condições higiênicas dessa época eram tão precárias, que as pessoas jogavam dejetos pelas janelas de suas casas, pois não havia canais de escoamento do esgoto. Assim, não é de se estranhar as constantes pestes que assolavam a Europa. Somente no ano de 1592, no auge da carreira de Shakespeare, 15 mil pessoas morreram por causa da peste, e os teatros ficaram fechados por dois anos. Banhos eram raríssimos e a expectativa de vida naquela época era de 30 anos.

... Shakespeare é o escritor que tem mais peças adaptadas para o cinema? Somente *Macbeth* rendeu cinco versões para as telas, entre elas as dos diretores Roman Polanski, Orson Welles e Akira Kurosawa.

## CAPA

## Kafka e a Metamorfose do ser humano

*A Metamorfose é um ícone da temática do absurdo, imortalizada na literatura pela criatividade do escritor tcheco.*

“Terá sido um sonho?” - indagou-se Gregor Samsa ao acordar de manhã para mais um dia de trabalho. Imagine qual não foi sua horrível surpresa ao tentar levantar e perceber que havia se transformado num inseto gigante. Logo no primeiro parágrafo de *A Metamorfose*, Kafka já fisga o leitor pela temática do absurdo, num livro em que o mundo dos sonhos invade a realidade de maneira fatal.

Como uma barata ou besouro que, deitado de costas tenta incessantemente pôr os pés no chão, o grande inseto de Kafka remove-se, esperneia-se, a fim de levantar da cama. O clima de angústia já é todo dado pelo autor nas primeiras linhas da estória. Tal angústia, porém, vai crescendo à medida que Gregor toma consciência de sua nova forma. Como irá trabalhar? Como aparecerá diante de sua família, transformado em um bicho monstruoso?

Primeiro, o vendedor Gregor vivencia intensamente sua nova forma. Aterrorizado, vai tomando conhecimento de seu novo peso, de suas inúmeras patas, de seu dorso duro. Ele não tem mais voz: ao tentar falar, emite um estranho grunhido metálico que causa horror aos demais. Não era um sonho; o pesadelo é real.

O susto causado pelo absurdo da situação é logo substituído, na família de Gregor, pela preocupação do que fazer com aquela criatura bizarra, que antes sustentava toda as despesas da casa. O pai, autoritário, distante e aparentemente doente, tem que ir trabalhar. A mãe e a irmã alugam um quarto da casa. Toda a família, que antes vivia às custas de Gregor, agora toma vida independente dele, enquanto o inseto fica confinado entre as paredes de seu quarto.

O clima de sufocamento, ao longo do livro, é levado à exaustão: o inseto imenso mal cabe em seu quarto de dormir; a irmã resolve retirar os móveis, sem suspeitar que sua falta aumentará ainda mais a solidão de Gregor. Ele vai se tomando um peso extravagante em sua casa, como uma coisa, alienado de sua família e do mundo em que vive.

A genialidade de Kafka fica evidente nesse livro pelo modo como ele conseguiu escrever com um realismo cru, uma história que parece vinda do mundo dos sonhos, do inconsciente. Esta

mistura entre real e abstrato confere à obra um desconcerto anormal, um estranhamento e uma angústia da primeira à última página.

Existem muitas interpretações para *A Metamorfose*: segundo alguns estudiosos, trata-se de uma representação alegórica da desesperada insegurança e fragilidade do homem comum frente aos problemas cotidianos, como o convívio com a família e o trabalho. Para outros, de maneira apocalíptica, Kafka problematiza – sem apresentar soluções – o absurdo da existência, as aberrações morais, a desumanização do homem pelo trabalho opressivo e uma estrutura social e familiar doentes.

Não existe um único olhar para este livro - o próprio autor refletiu de maneira bastante objetiva, uma imagem que parece ser muito sua: de uma pessoa reprimida pelo pai, mas principalmente de alguém que não podia se encaixar no mundo, com suas normas e instituições. Especulações sobre a vida do autor contam que ele costumava dizer que se sentia como um imenso inseto, ao chegar em casa do trabalho ao qual ele nunca se adaptou.

São também escritos famosos do autor *O Processo*, que trata de um homem que é condenado pelo Estado sem nunca conhecer o motivo de sua pena, o que o leva à beira da loucura e *Na colônia penal*, que conta a história de uma prisão cujos detentos são punidos tendo de entrar em uma estranha e engenhosa máquina que irá escrever em seus corpos, com sangue, suas próprias penas.

## A VIDA DO AUTOR

Kafka nasceu em Praga, na Checoslováquia, em 1883. Filho de um comerciante rico, sua relação conturbada com o pai marcaria toda a vida do escritor. O estilo de escrever deste autor é tão único, que existe o adjetivo “kafkiano” para designar situações absurdas, desconcertantes ou sem solução.

Estórias fantásticas narradas no mais puro realismo. Esta é uma fórmula que pode ser deduzida de Kafka, fonte de seu brilhantismo na composição ultra criativa de textos da mais pura angústia que já foram considerados escritos de um lunático. No entanto, na *Carta ao meu pai*, escrito por Kafka em 1919, ele revela de modo bastante lúcido de onde vêm tamanho desencanto com a realidade.

Uma auto-análise digna de Freud – que aliás viveu na mesma época e no mesmo país de Kafka, mas não se conheciam – a *Carta ao meu pai* é um desabafo, do adulto que foi reprimido quando criança – física e intelectualmente – por um pai autoritário e distante. Kafka era raquítico, o pai, atleta; era tímido, o pai, um orador de respeito. O ambiente do lar, no qual Kafka confessa que se sentia diminuído e tolhido nas mínimas manifestações de criança, compuseram a mente e toda a vida do escritor.

Nunca se casou. Apesar de ter amado várias mulheres, sentia-se incapaz de constituir uma família. Odiava seu trabalho numa companhia de seguros; considerava o emprego “insuportável” e quando tinha que se submeter a horários fixos, sentia-se mal, caindo em estados nervosos. Tinha dificuldades em viver a vida tal como ela é, com suas oscilações, alegrias, tristezas e responsabilidades. Por isso sentia-se um homem incompleto e deslocado no mundo.

O amor que não teve em casa, porém, pôde transmitir a seus amigos e à literatura. Em 1914, com a eclosão da Primeira Grande Guerra e do sentimento de miserabilidade humana, Kafka escreve o célebre *O Processo*. Cardíaco, em 1917 contrai tuberculose, terrível moléstia, à época sem cura. A análise do mundo a partir de sua própria doença vai caracterizar seus livros a partir de então.

É nessa época que ele sente a necessidade de destruir todas as suas produções literárias, considerando-as inúteis. Graças aos esforços de alguns de seus amigos, nem tudo foi perdido.

Analisar a vida de Kafka permite concluir que sua obra é um reflexo, extremamente verdadeiro, de um espírito incapaz de ver as soluções para os problemas, fossem de ordem prática ou emocional. Mas mesmo que se possa reduzir sua temática à da angústia, este autor não é classificado em nenhuma escola de literatura ou de pensamento filosófico. Isso porque o que ele escreveu abre perspectivas tão amplas, tantos são os caminhos para o leitor passear e descobrir as múltiplas facetas de uma alma em combustão.

Kafka morreu em um sanatório em Kierling, perto de Viena, em 3 de junho de 1924, e foi enterrado em Viena. Como acontece com a grande maioria dos gênios, não foi reconhecido em vida. (*Fontes: Carta ao meu pai e prefácio de Torrieri Guimarães*)

## PRODUÇÃO NACIONAL

A escrita rebelde de Valêncio Xavier: transgressão aos bons costumes

*Uma história na tela e outra dentro de um cinema: livro explora temas como heroísmo e luxúria, por meio de imagens e linguagem de época.*

*Noite de amor...  
Vertigem de Luxo...  
Caminho da Perdição...  
Gigolô...  
Rouge e Pó de Arroz...  
Perdida em Paris...  
Os Mistérios de Hollywood...  
Bachanal...  
Sodoma e Gomorra...  
Três Noites de D. Juan...  
Macho e Fêmea...  
Maciste no Inferno...*

Assim começa a dupla trama de Maciste, um herói em sua aldeia natal, que desce aos infernos para defender sua irmã, seduzida por um demônio, e de um homem que entra no cinema em busca de um orgasmo. O filme na tela: Maciste no inferno.

O filme já havia começado quando o homem entra no cinema. Apesar de erótico – Maciste é levado a um inferno cheio de orgias – o filme não interessa ao homem: ele entra na sala escura à procura de um alvo bem definido: uma mulher sentada sozinha.

Ele disfarça. Finge sentar em uma poltrona. Levanta, ameaça sentar em outra cadeira vazia e finalmente senta-se ao lado da vítima. Enquanto na tela do cinema Maciste rende-se aos encantos de Proserpina, esposa de Plutão, o homem encosta seus dedos na blusa da mulher ao lado.

Ele faz que vê o filme, mas sua cabeça está levemente inclinada, procurando com os olhos o vulto dos seios da mulher. Maciste beija Proserpina, condenando-se para sempre ao inferno.

Neste livro, Valêncio Xavier mescla imagens de um filme classe B à parte textual. Enquanto o leitor acompanha a aventura de um homem solitário no cinema, as fotos de Maciste no inferno situam-no na narrativa épica do herói.

O processo interartes é um recurso bastante utilizado por este escritor. Tal processo permite ao artista ir além da escrita, fazendo colagens e brincadeiras que dão dinamicidade ao texto. A brincadeira, aqui, é um livro que mais parece um filme mudo: em uma página, uma imagem, em outra, o texto. *Maciste no inferno* possui, também, trilha sonora, representada por uma partitura de piano.

Extremamente ágil, este livro é na verdade um conto. A linguagem é antiga, do início do século XX, recurso que transporta o leitor a épocas remotas. O processo interartes de Valêncio Xavier é considerado como uma grande inovação na literatura. As imagens não são meras coadjuvantes do texto; elas são, também, o texto. Devem ser lidas, como nas histórias em quadrinhos.

Valêncio Xavier é paulista radicado em Curitiba. Escritor, cineasta, jornalista e historiador do cinema, fundou a Cinemateca de Curitiba e foi diretor do Museu da Imagem e do Som. Todos os seus livros são caracterizados pelo processo interartes, pela fluidez (são histórias curtas) e pelas temáticas amor/erotismo e morte, aliados à morbidez. Mesmo tendo publicado seus livros desde 1963, o reconhecimento maior da crítica só chega em 1998, depois que a editora Companhia das Letras passa a publicar sua produção literária.

## EDUCAÇÃO

### Clássicos da literatura mundial são patrimônio da humanidade

*A internet disponibiliza gratuitamente milhares de livros, para serem baixados na íntegra, nos portais de domínio público*

Você sabia que é possível baixar livros inteiros pela internet, gratuitamente, para serem lidos no computador ou impressos a um baixo custo? Portais de domínio público ajudam a consolidar a democratização do conhecimento, pela parceria educação – tecnologia.

São de domínio público obras com autorização legal de exibição e distribuição por parte de seus detentores de direitos autorais ou representantes legais, ou obras escritas há mais de setenta anos, cujos direitos autorais caducaram. A expressão domínio público significa que as obras são de todos, como patrimônio cultural da humanidade.

No Brasil, o analfabetismo e a baixíssima renda da população são alguns fatores que explicam o ínfimo consumo de livros (menos de um livro/habitante ao ano). Além disso, dados vergonhosos revelam que 89% dos municípios do país não têm, sequer, uma livraria, e que cerca de 1.300 cidades das regiões mais pobres não possuem nenhuma biblioteca.

Uma pesquisa recente apontou, ainda, que 61% dos brasileiros adultos alfabetizados têm muito pouco ou nenhum contato com os livros. Destes, cerca de 11,5 milhões possuem até oito anos de instrução. São pessoas alfabetizadas, com acesso aos livros, mas que não lêem. Preferem ver televisão.

Infelizmente, a leitura não é um hábito neste país. Ela não abre portas, escancara portas para quem lê. Dá asas à imaginação, incita a criatividade, amplia o entendimento do mundo. Quem lê desenvolve senso crítico; fica inquieto, quer saber mais. Assim, adquire conhecimento, palavra que significa independência e sucesso na vida.

E agora, os 35 milhões de internautas brasileiros têm a oportunidade de ler os maiores clássicos da literatura nacional e mundial no computador. Para os 19 milhões de internautas residenciais, o custo é zero; para aqueles – muitos – que dependem de *lan-houses*, existe um custo, mas que é inferior, na maioria dos casos, ao preço do livro.

A maioria dos sites de domínio público também disponibiliza fotos, imagens, vídeos, arquivo fonográfico com músicas, discursos e vozes célebres, além das obras consagradas da literatura nacional e mundial. São livros de ficção, de filosofia, história, sociologia, física, matemática e por aí vai, servindo de ferramenta a professores e de auxílio a estudantes de todos os graus.

A associação é boa: tecnologia aliada à cultura significa a concretização de um ideal nascido junto com a própria internet: a disseminação do conhecimento de forma democrática. Por outro lado, o sonho quase utópico de todo brasileiro ter acesso ao conhecimento disponível na rede ainda é remoto e distante... Enquanto isso, que os jovens iluminados com tal acesso não passem tanto tempo em salas de bate papo, joguinhos e orkut, e naveguem na cultura que a rede pode oferecer!

Alguns endereços de domínio público:

[www.terra.com.br/virtualbooks/freebook/freebook\\_index.htm](http://www.terra.com.br/virtualbooks/freebook/freebook_index.htm)

[www.ebooksbrasil.org](http://www.ebooksbrasil.org)

[www.vbookstore.uol.com.br](http://www.vbookstore.uol.com.br)

[www.dominiopublico.gov.br](http://www.dominiopublico.gov.br)

## VESTIBULAR

### Ratos reúnem-se em livro do vestibular

A escritora contemporânea Lygia Fagundes Telles convida o leitor a um passeio pelos cantos ocultos da alma, no *Seminário dos Ratos*. Em 14 contos instigantes, o leitor encontra personagens ora hilários, ora profundamente melancólicos ou desencantados de amor, além de formigas mórbidas, milhares de ratos vorazes e até uma tigresa humanizada.

Atenção vestibulandos: apesar de bastante diferentes entre si, os contos estão ligados por uma linha tênue e quase imperceptível. As personagens apresentam fluxo de consciência, o que conduz o leitor a mergulhar em mentes cheias de medos, remorsos e conflitos existenciais. A autora analisa o comportamento e a alma das personagens, ironizando os costumes e expondo o ridículo das situações. Crítica social, loucura e humor rasgado também permeiam o livro.

Assim, no conto *A Consulta*, um louco dá consulta a outro, fingido-se de psiquiatra e arrancando várias risadas do leitor. *A Presença* mostra a fúria de velhinhos aparentemente inofensivos quando um rapaz de 25 anos e esbanjando vitalidade decide se hospedar no hotel em que vivem. *Pomba Enamorada* deflagra o amor ultra-obsessivo de uma jovem por um homem com quem conversou uma única vez e *WM* penetra no estranho mundo de um esquizofrênico que assume o papel da irmã morta há muitos anos. Por meio de situações ora bizarras, ora cotidianas, a autora navega dentro de um universo humano carregado de problemas existenciais.

Comentário: \_\_\_\_\_

Comentário: \_\_\_\_\_

Mas o tom verdadeiramente insólito do livro é dado pelos bichos. Em *Tigrela - fusão das palavras tigre e ela -*, uma tigresa vive em um luxuoso apartamento com sua dona, de quem tem ciúmes mórbidos. As formigas, primeiro conto do livro, relata a estranha estória de duas estudantes que, ao se hospedarem em uma pensão, encontram uma caixa contendo os ossos de um anão, deixada pelo antigo ocupante do quarto. Noite após noite, quando tudo era silêncio na pensão, as formigas vinham, em metódica fila, mexer nos ossos do anão...

E por fim o fascinante *Seminário dos Ratos*, conto que encerra o livro, faz uma crítica explícita à burocracia e à ineficiência dos órgãos públicos. A situação é pra lá de bizarra: centenas de políticos se reúnem em um hotel de luxo para discutir – em um seminário – a grave situação dos ratos que proliferavam no país. Enquanto se preocupavam com a cor dos quartos e o tempero da carne do jantar, centenas de milhares de ratos, silenciosamente, já estavam ocupando

o hotel, preparando-se para invadi-lo e a todos devorarem, para depois discutir os destinos da nação.

**Box:**

*“Tenho um conto chamado Seminário dos Ratos. Nesse conto eu faço uma delação, uma delação das autoridades que ficam sempre dizendo: ‘A coisa está sob controle’. Não está! Não está! Eu estava num seminário anti-raticida e havia ratos demais em São Paulo (...). Em determinado instante foi engraçadíssimo, porque o presidente da mesa do seminário disse: ‘A situação está sob controle’. Naquela hora um rato atravessou o palco. Eu achei uma maravilha aquilo. Aí eu escrevi Seminário dos Ratos.”*

*(assinatura da autora)*

LEIA ISSO! - Sinopses

### **Servidão Humana – Somerset Maugham**

O protagonista deste romance é Philip, um jovem torturado por sua condição física. Manco, sentia-se rejeitado por tudo e por todos, quando conhece Mildred, uma cruel garçonne, por quem se apaixona. A servidão humana é mostrada pelo sofrimento e humilhação de Philip, na tentativa de achar a felicidade. Para os amantes do cinema, o livro tem uma ótima adaptação com Bette Midler no papel de Mildred.

### **A morte de Olivier Bécaille – Émile Zola**

Zola usa de linguagem fria e crua para contar a história de um homem que é enterrado vivo. Toda a angústia dos preparativos do enterro é vivida pelo leitor, através dos pensamentos de Olivier que, vivo mas paralisado, não consegue mostrar que não está morto. Impossível parar de ler. O livro ainda traz mais dois contos: Nantes e A inundação.

### **O retrato de Dorian Gray – Oscar Wilde**

O ambicioso Dorian Gray resolve viver sua vida intensamente, realizando todo impulso, todo desejo. Nada reprimia ou temia, tornando-se um homem frio e cruel. Detalhe: ele não envelhecia, conservando sua beleza apesar da vida de excessos e loucuras. Descubra o segredo de Dorian Gray neste que é um dos livros mais surpreendentes da língua inglesa.

### **Os sete gatinhos – Nelson Rodrigues**

Peça de teatro tragicômica e extremamente envolvente. “Seu” Noronha, pai de família, prostitui suas quatro filhas mais velhas para garantir uma vida virtuosa pra caçula. A família é ironizada até as últimas conseqüências: a mãe escreve obscenidades nas paredes e o pai chega a proibir o uso de papel higiênico. Imperdível.

### **O vampiro de Curitiba – Dalton Trevisan**

O vampiro de Curitiba traz ao leitor textos curtíssimos, leves, eróticos e existenciais. O humor negro está presente na maioria dos contos, que deflagram a degradação humana em linguagem

direta. Chega a ser desconcertante a escrita do autor. Os contos, quase todos ambientados em Curitiba, têm a atmosfera de suspense e enigma, sugando o leitor para dentro do livro.

#### **Um copo de cólera – Raduan Nassar**

Após uma noite de sexo convulsivo, um casal de namorados – ela, jornalista, ele, fazendeiro, iniciam uma discussão furiosa. A verborragia utilizada pelo autor flui na leitura do texto, que é rápida porque não se consegue parar de ler. Escrito em apenas 15 dias, *Um copo de cólera* é considerado um marco da literatura pós-moderna brasileira, tamanho o vigor das palavras de cólera dos amantes.

#### **Noite na Taverna – Álvares de Azevedo**

Descubra as terríveis confissões contadas por um grupo de amigos à roda de uma mesa de taverna. A atmosfera é fantástica pela natureza das histórias, que envolvem assassinatos, adultérios, incesto e até necrofilia. Os elementos satânicos são parte da realidade, contada por cada narrador com emoção, à luz de velas e pelo impulso inebriante do vinho.

#### **Édipo Rei – Sófocles**

A impotência humana diante do destino é levada às últimas conseqüências nesta que é uma das histórias mais conhecidas em todo o mundo. Conheça a trajetória do infeliz Édipo, príncipe do Corinto, que ao consultar o oráculo de Delfos, descobre que está destinado a matar o próprio pai e casar-se com a mãe. Caro leitor, fique sabendo a verdadeira origem da palavra *tragédia*.