

I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial

Realização: FCRB · UFF/PPGCOM · UFF/LIHED

8 a 11 de novembro de 2004 · Casa de Rui Barbosa – Rio de Janeiro – Brasil

O texto apresentado no Seminário e aqui disponibilizado tem os direitos reservados. Seu uso está regido pela legislação de direitos autorais vigente no Brasil. Não pode ser reproduzido sem prévia autorização do autor.

O Caderno Idéias

Ana Carla Epitácio Mazzeto e Ana Gawryszewski*

Universidade Federal Fluminense

Introdução

Este trabalho optou por examinar o caderno *Idéias*, suplemento literário do Jornal do Brasil (JB) publicado desde 1986.

Para sua elaboração, foi realizada na editoria do caderno no dia 20 de junho de 2003 uma entrevista com a editora-chefe Cristiane Costa¹. Somaram-se às informações passadas por Costa principalmente as da jornalista Isabel Travancas, que, em obra intitulada “O livro no jornal: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90”, analisa quatro cadernos (dois franceses e dois brasileiros), incluindo entre eles o suplemento do JB, e fornece rico material teórico para a compreensão do tema aqui estudado.

Serão contemplados neste trabalho especificamente os seguintes aspectos do caderno *Idéias*: função, estrutura e processo de seleção dos livros divulgados.

1 O Caderno Idéias

“No dia 3 de junho de 1956, o **JORNAL DO BRASIL** lançou o Suplemento Dominical. O primeiro número trazia um pouco de tudo: artes plásticas, teatro, cinema, ciências, ensaios literários e poesia.” (JORNAL DO BRASIL, 2000, grifo do autor). Porém, somente trinta anos depois, em outubro de 1986, o jornal lança o caderno *Idéias*, tratando particularmente de ensaios e literatura e publicado inicialmente em formato tablóide. O Jornal

* Alunas do curso de graduação de Biblioteconomia e Documentação da Universidade Federal Fluminense.

¹ Com o objetivo de atualizar as informações colhidas na entrevista, nos reunimos novamente com Cristiane Costa no dia 04 de novembro de 2004. Nenhuma atualização tornou-se necessária excetuando (a) o fato de Costa não ser mais funcionária do Jornal do Brasil desde o início do mês de novembro e (b) uma alteração no quadro de funcionários do caderno, que será vista mais adiante.

do Brasil (apud TRAVANCAS, 2001, p. 29-30) faz a seguinte declaração em relação a seu suplemento literário:

Idéias dirigiu o seu esforço para tratar de eventos ligados ao pensamento e à criação artística de forma jornalística, isto é, de forma clara e democrática – sem engajamento ou preconceito ideológico. Um princípio o norteia: o que, quanto mais densa a idéia, mais clara deve ser a sua expressão – até porque a profundidade de uma idéia nada tem a ver com a profundidade de um poço. Foge da linguagem elitista e inacessível ao leitor para funcionar como uma ponte entre o mundo intelectual. [...] Uma viagem à coleção de *Idéias* pode fornecer um diagrama do que se escreveu, se discutiu e se pensou de outubro de 1986 até hoje. De lá para cá, *Idéias* procurou acompanhar os principais lançamentos editoriais do país, tentou captar as novas tendências culturais, provocou polêmicas, desagradou a alguns e, a julgar pela sensação geral (confirmada pelas pesquisas), satisfez a muitos. Nada do que ocorreu no plano das idéias lhe foi indiferente. Mais de 2 mil livros foram resenhados, o mesmo número de leitores foram ouvidos sobre suas preferências e recomendações literárias. E uma duas centenas de nomes novos foram divulgados.

Cristiane Costa diz que “a função deste caderno não é instruir e sim informar (informação verbal)”². Costa deixa claro que a proposta do caderno é informar sobre os acontecimentos do mercado editorial, mais especificamente sobre os lançamentos de livros, até mesmo porque a presente estrutura espacial e financeira do caderno, limitada a seis folhas e sem verbas, não permite maior elaboração.

Ferreira Gullar (2000), ao responder numa entrevista como vê os suplementos literários atuais, faz uma excelente colocação que acaba por ratificar a afirmação de Costa:

Agora é outra época. Os suplementos não têm mais o caráter que o nosso tinha. Ele apresentava uma filosofia, uma visão e era um suplemento lançador de idéias e de movimentos. Hoje começam a surgir alguns suplementos que publicam matérias com mais interesse, como o *Idéias*, o *Prosa e Verso* e o *Mais*. Acho que eles começam a ter importância na vida cultural. Mas, no meu entender, a crítica literária e a de arte ficam mais no nível de divulgar as coisas. Não se debate, não se discute, não se tem um caráter dinâmico do ponto de vista cultural. *É simplesmente um órgão de difusão* (grifo nosso).

Entre as críticas feitas ao caderno encontra-se a de Vera Lúcia Follain de Figueiredo (BARCELLOS, 2003), coordenadora da graduação do curso de Comunicação Social da PUC-Rio e professora da pós-graduação de Letras da Uerj, que diz:

[...] a crítica nos suplementos literários, embora haja exceções, como é o caso do *Mais!* ou do *Caderno de resenhas*, ambos da Folha de São Paulo, costuma a tender para a publicidade, submissa aos interesses das grandes editoras. É uma crítica que normalmente não desperta o interesse de um público mais exigente. Quando o objetivo da crítica é vender a mercadoria livro, acaba-se reduzindo o número de leitores das resenhas. Quem lê no Brasil espera mais dos cadernos literários.

² Informação fornecida por Cristiane Costa às autoras, em 20 de junho de 2003.

Porém, deve ser observado que o *Idéias* tem uma proposta editorial e a segue fielmente. Não há pretensão de que o caderno seja algo além do que se propõe: um veículo de informação.

2 Estrutura do Caderno *Idéias*

Este item se divide em:

2.1 *Formato e dia de publicação*

O caderno *Idéias* tem um total de seis páginas e, embora já tenha variado de tamanho, atualmente mantém o tamanho standard, semelhante ao resto do jornal. Sua edição é semanal, saindo como suplemento do jornal aos sábados. Travancas (2001, p. 38) observa que o *Idéias* e o *Mais!* (suplemento da Folha de São Paulo publicado no domingo), “[...] privilegiam uma leitura mais descompromissada com o tempo e a relacionam ao lazer e ao ócio”, opinião reforçada por Costa (informação verbal)³, que acredita ser sábado um bom dia para o caderno, pois permite ao leitor ter mais tempo e tranquilidade para se dedicar à leitura do mesmo.

2.2 *Funcionários e texto*

Trabalhando na redação do caderno, encontram-se três funcionárias: a editora-chefe, a editora sub-chefe e uma estagiária⁴. Além delas, o *Idéias* conta com a colaboração de aproximadamente 30 profissionais de diferentes áreas (sendo a maioria professores universitários) que, conforme o tema dos livros que serão tratados no suplemento, são convidados para resenhá-los. Embora o Jornal do Brasil já tenha pago em torno de R\$ 1.000,00 por cada resenha, hoje os resenhistas trabalham sem receber nenhuma contribuição financeira. Pode-se dizer que eles recebem de brinde a cada trabalho um exemplar do livro resenhado.

Solicita-se aos resenhistas que, ao escrever para o caderno, evitem palavras de difícil entendimento, pois linguagens muito acadêmicas dificultariam a compreensão de uma parcela significativa de leitores. Os textos devem ser escritos de forma clara, coerente e concisa, visando a identificação do tema do livro pelo leitor sem que haja empecilhos para tal.

³ Informação fornecida por Cristiane Costa às autoras, em 20 de junho de 2003.

⁴ Costa informou que após sua saída do jornal e até o momento de nosso segundo encontro o quadro de funcionários do caderno compunha-se de um sub-editor e de dois estagiários.

Deve ser observado que o *Idéias* sempre informa quem é o autor da resenha, colocando abaixo de seu nome uma pequena nota biográfica.

2.3 *Leitor*

Travancas (2001, p. 34-35, grifo do autor), através dos dados do IBOPE de 1996, traça um perfil dos leitores do Jornal do Brasil aos sábados:

O *JB* tem cerca de 189 mil leitores no sábado, dia em que é publicado o caderno *Idéias* e é o terceiro jornal em circulação no Rio de Janeiro, estando atrás de *O Globo* e *O Dia*: 45% de seus leitores residem na zona sul do Rio e 77% são das classes A e B; 35% de seus leitores têm mais de 50 anos, 28% de 25 a 39 anos, 16% de 15 a 24 e 19% de 40 a 49 anos; 58% de seus leitores têm curso superior completo, 34% ginásio completo. É preciso ressaltar que apenas 8,6% da população do Rio de Janeiro tem curso superior completo. E segundo o instituto, 89% dos leitores do jornal lêem os suplementos nele inseridos. Mas nesta sigla “suplementos” estão incluídos os mais variados cadernos como: *Idéias*, *Carro*, *Casa e Decoração*, *Mulher*, *Informática*, *Revista de Domingo*, *Revista Programa*, *Caderno de Viagem* e *Revista Super TV*.

Costa⁵ observa ser difícil definir o público do caderno, pois embora ele aparente ser composto em sua maioria por intelectuais, acadêmicos, estudantes de letras e profissionais do mercado editorial, já foram identificados entre os leitores donas de casa e estudantes de 5^a à 8^a série do ensino fundamental que afirmam ler assiduamente o caderno.

De qualquer modo, o *Idéias* é visto como um suplemento escrito por e para intelectuais, fazendo com que a expectativa dos leitores com relação a ele seja grande. Erros gramaticais e fotos com indicações de nome erradas são motivo de recebimento de cartas e *emails* notificando as falhas.

2.4 *Propaganda*

O *Idéias* não é um suplemento que atrai muito o mercado publicitário, pois já é essencialmente um veículo de informação dedicado ao mercado editorial, servindo de anunciante ao lançamento de livros. Durante a maior parte do ano são poucos os anúncios. Já no período natalino e durante a Bienal o mercado editorial mostra-se interessado em pagar para anunciar suas mercadorias, tendo em vista o grande público consumidor. Os livros anunciados pelo caderno ganham maior notoriedade e os índices de compra aumentam.

É importante observar que a seleção das propagandas que sairão no caderno não é feita pela editoria do *Idéias*, mas sim por funcionários do setor de marketing do jornal. Se o anúncio for pago e houver espaço disponível ele entra no caderno, o que às vezes pode causar

⁵ Informação fornecida por Cristiane Costa às autoras, em 20 de junho de 2003.

uma má impressão no leitor. Já houve até mesmo um caso, segundo Costa, de um indivíduo que comprou um espaço para vituperar o escritor José Saramago.

3 **Processo de Seleção dos Livros Divulgados**

Este item se divide em:

3.1 *Livros e releases recebidos*

A cada mês o caderno *Idéias* recebe de editoras de todo país cerca de 400 livros sobre diversos assuntos, acompanhados de seus *releases*. A maior parte destes livros está com lançamento agendado para uma ou duas semanas; porém, quando determinada editora julga que seu futuro lançamento pode ser destaque e até mesmo puxar outras matérias que tratem de temas próximos ao seu, o caderno recebe também algumas provas de livros, o que indica que o processo editorial da obra ainda não foi completamente finalizado, mas em breve ela estará no mercado.

Nos casos em que as editoras não enviam seus lançamentos, o caderno recebe, através de *email* ou correio, os *releases* destes livros. Se, através dos *releases*, houver interesse em fazer uma matéria de algum deles, geralmente as editoras se prontificam a enviar um exemplar.

O *Idéias* não tem nenhuma despesa com os exemplares recebidos, como também não compra livros, mesmo que eles não tenham sido enviados pelas editoras.

3.2 *Critérios de seleção*

Toda notícia é uma informação, mas nem toda informação é uma notícia. Diariamente, os veículos do jornalismo recebem de suas fontes toneladas de informações que passam por um crivo de seleção, tratamento e coordenação para só então tornarem-se notícias para consumo do público (BAHIA, 1990, p. 36).

Para selecionar quais serão os livros divulgados pelo caderno, visto ser inviável e desnecessária a leitura de todos eles, são adotados três critérios:

1. *Nome do autor*: o livro de um autor de renome tem mais chances de ser divulgado do que o de um desconhecido.

2. *Assunto*: dá-se mais atenção aos livros que abordam os temas mais enfocados e discutidos no momento.
3. *Indicação*: indicações de resenhistas e outros colegas de trabalho são levadas em consideração. Em alguns casos é por meio delas que os autores novos acabam tendo destaque no caderno.

Realizada esta seleção, os livros que deverão receber maior destaque são entregues aos resenhistas e os demais ficam na redação para que sejam feitas pequenas notas sobre o tema e autor de cada livro, as quais sairão no caderno junto com a foto da capa do livro e com as seguintes informações: título, autor, editora e preço. Muitas vezes esta pequena nota é aproveitada do *release* enviado pelos editores.

O caderno *Idéias* garante não dar qualquer privilégio a nenhuma editora, evitando até mesmo divulgar muitas imagens de livros publicados por uma mesma editora.

3.3 *Para onde vão os livros*

Após o fechamento da edição semanal do caderno, os livros que não foram entregues aos resenhistas e nem enviados a outras editorias⁶, são colocados juntos em local acessível e qualquer funcionário do jornal pode pegar o que desejar e levar para casa, sem compromisso de devolvê-lo.

Considerações Finais

Elaborado por jornalistas e tendo a participação de profissionais de diversas áreas do conhecimento, o caderno *Idéias* existe há 18 anos e vem resistindo aos problemas estruturais e financeiros do Jornal do Brasil.

Ele é um suplemento literário que trata do mercado editorial brasileiro, com alguns apontamentos para o mercado estrangeiro, e redige o seu texto seguindo a linha do restante do jornal, que mantém “uma linguagem jornalística tradicional, sem exageros de seriedade, nem ousadias” (TRAVANCAS, 2001, p. 47).

A maior parte dos leitores do Jornal do Brasil aos sábados (58%) tem curso superior completo, caracterizando o público do caderno como intelectual. Embora haja entre estes leitores uma parcela considerável que anseia vê-lo como um verdadeiro canal de expressão da

⁶ Por vezes, alguns dos livros recebidos são enviados a outras editorias do jornal, visto que seus temas atingem outras categorias de leitores.

literatura publicada no Brasil, atualmente este não é o seu propósito. Repetindo a frase de Cristiane Costa, “a função deste caderno não é instruir e sim informar (informação verbal)⁷”.

Mesmo pequeno, o espaço reservado aos livros no jornal é de extrema importância. Espera-se que em breve ele volte a ocupar as oito páginas que um dia ocupou. Tal acontecimento certamente deixaria seus leitores bastante satisfeitos. E os editores também.

Referências

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. São Paulo: Ática, 1990.

BARCELLOS, Paula. **Especialista em literatura analisa nova maneira de olhar a arte**.

[S.l.]: Traça On-Line, 2003. Disponível em:

<<http://www.tracaonline.com.br/index.php?edicao=1&secao3>>. Acesso em: 5 jul. 2003.

GULLAR, Ferreira. **Que importância teve o suplemento dominical**. Fortaleza: Jornal de Poesia, 2000. Disponível em: <<http://www.secrel.com.br/jpoesia/har16.html>>. Acesso em: 5 jul. 2003.

JORNAL DO BRASIL. **Jornal do século**: 1951. Rio de Janeiro, 2000.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis: Vozes, 1979.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

TRAVANCAS, Isabel. **O livro no jornal**: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90. São Paulo: Ateliê, 2001.

⁷ Informação fornecida por Cristiane Costa às autoras, em 20 de junho de 2003.