CULTURA GERA JORNALISMO E O HUMANIZA

NESSES 30 ANOS DE EXISTÊNCIA, IMPRENSA RETRATOU AS MAIS DIVERSAS MANIFESTAÇÕES E TENDÊNCIAS CULTURAIS

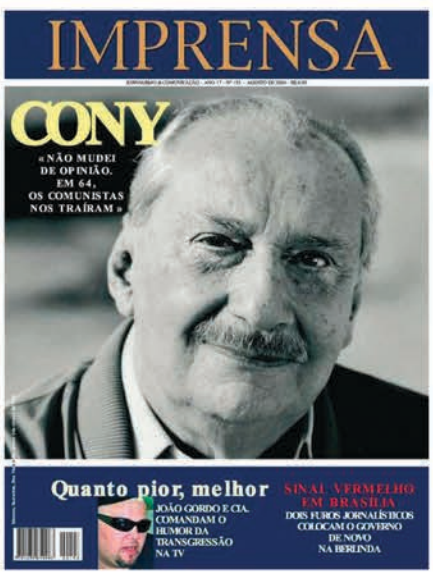
POR SINVAL DE ITACARAMBI LEÃO
DIRETOR DE IMPRENSA




IMPRENSA
O Provão em debate
Adhemar Altieri, deu certo também na Internet
O jornalista Leminski
BRASIL,
MOSTRA A SUA LÍNGUA
Lançamento: www.mapadamidia.net


REVISTA IMPRENSA
Marina Veneno
a VJ da MTV fala sobre sexo, drogas, mitos e cinema
Jornalismo: do que as mulheres gostam?
Mapa da Mídia


IMPRENSA
VEJA x ISTOÉ: A DURA LIÇÃO DO CASO IBSEN
JABOR
«A DEMOCRACIA É O QUE DE MAIS REVOLUCIONÁRIO PODE ACONTECER NO BRASIL»
VERDADES E MENTIRAS
SOBRE O CONSELHO FEDERAL DE JORNALISMO


IMPRENSA
CONY
«NÃO MUDEI DE OPINIÃO. EM 64, OS COMUNISTAS NOS TRAÍRAM»
Quanto pior, melhor
JOÃO GORDO E CIA. COMANDAM O HUMOR DA TRANSGRESSÃO NA TV
SINAL VERMELHO EM BRASÍLIA
DOIS FUROS JORNALÍSTICOS COLOCAM O GOVERNO DE NOVO NA BERLINDA

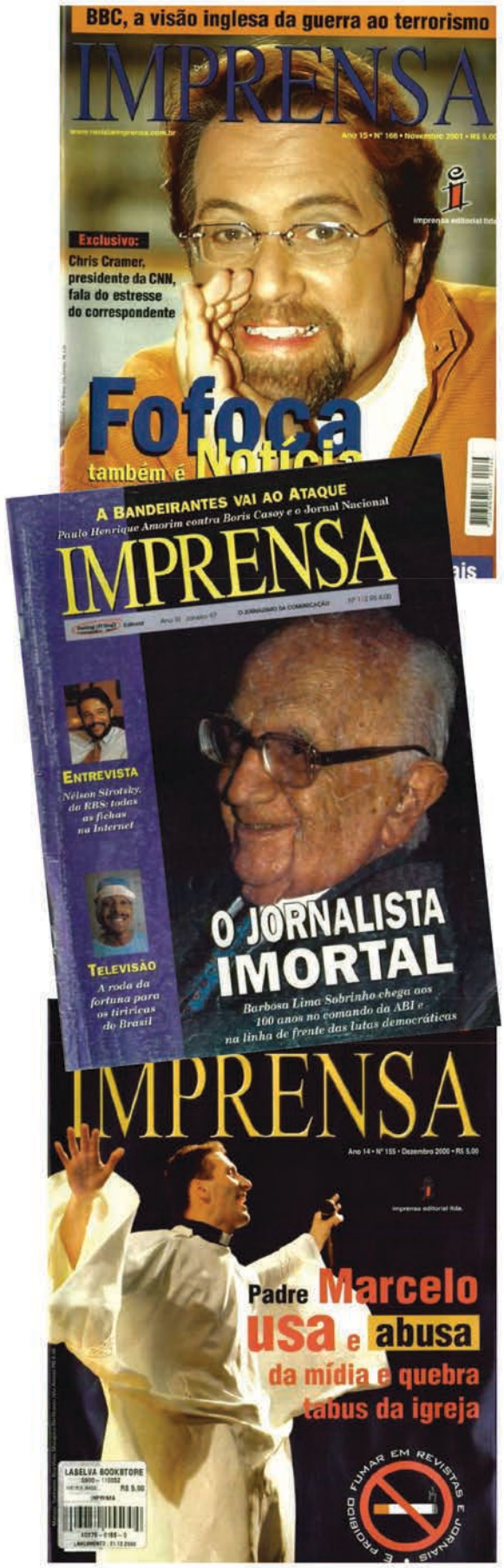

IMPRENSA
jornalismo & comunicação
Ibrahim Sued
Muito lido, pouco conhecido
A face oculta do jornalista mais fino do Rio de Janeiro
ESPECIAL
ENTREVISTA
BORIS CASOY


IMPRENSA
Eugênio Bucci esclarece: "Nunca sofri pressão do PT"
MIL TONS DE
MILTON


TORTURA DA EQUIPE DE O DIA PROVOCA TENSÃO NO RIO DE JANEIRO
IMPRENSA
BARRADOS NO CONGRESSO
DEPUTADOS SE IRRITAM COM PERGUNTAS DO CQC E IMPEDEM GRAVAÇÃO DO PROGRAMA NA CÂMARA
MARCELO TAS: "O HUMOR É UMA LENTE PARA ENXERGAR A NOTÍCIA SOB OUTRO ÂNGULO"
GANDOUR: "JORNALISMO NÃO PODE SE RENDER AO MERCADO"


BRASÍLIA: NOVA LEI PARA JORNALISMO ESBARRA NA AGENDA DO CONGRESSO
IMPRENSA
ZECA É POP
O APRESENTADOR DO FANTÁSTICO EMPRESTA SEU ESTILO AO PROGRAMA E COMEMORA OS RESULTADOS
COTADO PARA SUBSTITUIR PEDRO BIAL, O JORNALISTA REPRESENTA A NOVA CARA DO TELESPECTADOR
200 anos
ENCARTE ESPECIAL: DOIS SÉCULOS DE IMPRENSA NO BRASIL


NOVA LEI DE IMPRENSA DIVIDE OPINIÕES E MOVIMENTA BRASÍLIA
IMPRENSA
AMADA POR UNS, ODIADA POR OUTROS
A APRESENTADORA DO GNT FERNANDA YOUNG COMO ELA REALMENTE É: IRRITADA
APÓS OITO LIVROS PUBLICADOS, CRÍTICOS AINDA TORCEM O NARIZ PARA O TRABALHO DA ESCRITORA
NELSON BLECHER E O PRIMEIRO ANO DA ÉPOCA NEGÓCIOS



Escrever sobre a cultura a partir de 30 capas da Revista IMPRENSA, em sua edição trintenária, poderia insinuar que as demais 300 edições não cobriram a pauta. Cultura é a marca do humano na construção de um saber transformador da natureza. Donde tudo que diz respeito ao homem é cultura. Incluído o jornalismo.

O conceito mais simples de cultura é o pensar e o fazer da raça humana, sintetizados em dois substantivos: costumes e usos. É a base da antropologia. Se você adicionar as leis, define o conceito a partir do patamar da moral. Se puser arte e artesanato, o ilumina com a estética e, por último, se colocar tecnologia, mostra quão complexa é a cultura. E se você a nomeia erudita ou popular, torna-a contemporânea. Se a chamar de antiga, moderna ou pós-moderna, você a data.

EDITORIA DE CULTURA

As pautas da cultura são perenes e universais. Quando foi dizimada a redação do *Charlie Hebdo*, na França, em 2 de janeiro de 2015, o jornal criou a #JesuisCharlie, que certificou o repúdio ao massacre da redação perpetrada pelo Estado Islâmico. Nesse momento, o jornalismo sinalizou todos os humanos que se indignaram com tamanho despautério e que têm, no humorismo, a vertente mais transparente da liberdade de expressão.

A editoria de cultura é a mais sofisticada das divisões de trabalho em que se apoia o fazer jornalístico. Nela, o humorismo talvez seja o gênero literário mais sensível que, por sua susceptibilidade, gera consumo de mídia. Todo mundo lê colunas de humor e uma certa maioria procura quase religiosamente esse espaço nos veículos de comunicação analógicos e digitais.

Nesses 30 anos, IMPRENSA teve sete capas em que o humorismo é contemplado. Já no seu segundo ano, a revista dedica uma capa ao humor, em si, mostrando que os próprios humoristas têm um bruto desafio para fazer rir na democracia. No ano seguinte, Jô Soares demonstra que a piada não precisa ser grosseira. Ao contrário, quanto mais refinada for, agrada mais. Vem em seguida Chico Anísio, com o conceito de que rindo se castiga os costumes, o poder e os poderosos. Em 1996, a revista visita os gêmeos Chico e Paulo Caruso e os adjetiva de diabólicos, e ao traço deles, de infernal. Alguma coisa como a "Boca do Inferno", alcunha de Gregório de Matos, que detonou e demonizou a Bahia colonial do século 17.

Já no século 21, IMPRENSA prestigiou a turma do "CQC", onde Marcelo Tas pontificava: "humor é uma lente para enxergar a notícia sob outro ângulo". José Simão, também conhecido como Macaco Simão, aparece, em seguida, na capa da revista como homem sério. E valente combatente do mau humor. Suas piadas prontas e tiradas abrem as manhãs dos brasileiros, seja na rádio, seja na *FSP*, onde é o campeão de visitas e


IMPRENSA
A CRÍTICA DE CAETANO
Leia nosso time de colunistas
Alberto Dines
Carlito Maia
Carlos Brickmann
Carlos E. Lins da Silva
Geraldo Galvão Ferraz
José Marques de Melo
Josué Machado
Lucas Mendes
Moacir Japiassu
Ricardo Noblat
Roberto Drummond
Valéria Sffeir
Ziraldo
Queixas, desconfianças, erros e méritos da imprensa, em entrevista exclusiva
MEMÓRIA
Inédito: as cartas que Otto Lara Resende enviou para os amigos


IMPRENSA
SEXO
O canal erótico está no ar
CHICO ANYSIO, EXCLUSIVO:
"Quem manda na programação da Globo é a imprensa"
PERFIL
O genial Carlito(s) brasileiro
CRIAÇÃO
Escolha a mulher de Itamar
Magoado, o humorista avisa: está pronto para romper com a Globo
REPORTAGEM
China, o império da censura
Os 26 anos da morte de Chateaubriand
PINGA-FOGO: ATAYDE PATREZE


PESQUISA EXCLUSIVA GALLUP-IMPRENSA
FAUSTÃO É MAIS ADMIRADO DO QUE SÍLVIO SANTOS
IMPRENSA
IMPRENSANET
JORNALISMO
O REI DAS OITO
Raul Cortez fala bem de O Rei do Gado e mal dos jornalistas


IMPRENSA
ESPECIAL
EM NOME DE DEUS
Igrejas ocupam cada vez mais espaço na mídia para arrebanhar fiéis


Especial: 14 anos da revista Imprensa
IMPRENSA
SILVIO SANTOS SEQÜESTRA A MÍDIA
Um juiz está estrangulando um jornal


ENQUETE IMPRENSANET
NOSSOS LEITORES ELEGEM OS CAMPEÕES DA BAIXARIA NA TELEVISÃO
IMPRENSA
Os gêmeos diabólicos
Ninguém escapa do traço infernal de Chico e Paulo Caruso
Entrevista
João Ubaldo: "Não viveria sem o jornalismo"
Internacional
Clinton versus Dole: os bastidores dos debates
Ética
A imprensa volta a passar dos limites


IMPRENSA
jornalismo e comunicação
ESPECIAL
QUE É?
JÁ DESENHEI O BIGODE. AGORA ME FALTA A PIADA
O HUMOR DA CRISE
OS HUMORISTAS BRASILEIROS DESCOBREM QUE É DIFÍCIL FAZER RIR NA DEMOCRACIA


PESQUISA EXCLUSIVA GALLUP-IMPRENSA
O POVO PEDE CENSURA CONTRA O SEXO E A VIOLÊNCIA NA TV
IMPRENSA
Imprensanet
A turma do Casseta & Planeta cai de boca na rede
Aventura
Memórias de uma repórter na guerra da Bósnia
Paulo Coelho
"Tenho dinheiro para três encarnações"
O maior best-seller brasileiro diz que escreve por missão e não para vender mais livros


ITAMAR: O MASSACRE DA MÍDIA
IMPRENSA
A ILHA
JORNALISMO COMO SHOW DE MARKETING, PODER E VAIDADE
ABRIL: A NOVA TORRE DE PAPEL

acessos por parte dos leitores e dos ouvintes. Ninguém e nada são poupados.

QUEM LÊ SABE SE COMUNICAR

Valoriza-se o humor quando existe preocupação com a linguagem e com repertório, e aí, o hábito da leitura dá o tom. Duas capas fortes foram produzidas nesse período. A primeira, um verdadeiro grito "Brasil, mostra sua língua!", tendo a conhecida foto de Einstein de língua para fora. Einstein parodiando Cazuza. "A última Flor do Lácio" é, de fato, a âncora jornalística da comunidade dos países de língua portuguesa. Uma segunda capa coloca o mesmo problema, do lado do consumo. "Para gostar de ler" é um achado e trabalha, principalmente, com histórias de jornalistas falando sobre as preferências da leitura das crianças brasileiras. E há ainda uma terceira capa, inclusive, com o vitorioso Mauricio de Sousa retomando com igual importância a audiência infantil e promovendo a cultura das revistinhas em quadrinhos como uma opção de leitura. E viva os milhões (quiçá bilhões) de balõezinhos e enredos criados pelo Mauricio. Mais de 50 anos, qual um Monteiro Lobato redivivo, formando leitores para a indústria cultural brasileira.

A CRÔNICA, A RAINHA DE TODAS AS EDITORIAS

Entre os gêneros literários do jornalismo brasileiro, a crônica política teve espaço generoso. Nesses 30 anos foram capa da revista as seguintes estrelas, e nem poderia ser diferente: Oswald de Andrade, Ibrahim Sued, Otto Lara Resende, Paulo Coelho, Cony, Jabor, Barbosa Lima Sobrinho, Raul Cortez, o doce veneno de Marina Person, Zeca (Pop) Camargo, Leão Lobo, a ativista Fernanda Young e Luis Fernando Verissimo. Qualquer um deles transforma os mais variados temas numa crônica, quase sempre uma obra-prima. Todos eles e cada um frequentaram a cena cultural desses últimos 30 anos. Antes de 1980, quem brilhou e ajudou a construir legados importantes foram Oswald, Otto, Barbosa Lima Sobrinho e Cony. Os demais brilharam a partir da década de 1990. Chama a atenção a íntima ligação que tiveram com a indústria do jornalismo. Uma ligação como atores culturais, mas principalmente como ícones dos anos dourados, do período pop até hoje e nos idos da geração dos *millenials*.

CANTANDO E VIVENDO

Especial significado tiveram os músicos e cantores na música popular brasileira. Que o digam Caetano, Milton Nascimento e Tom Zé. Todos eles foram os queridinhos da instituição imprensa e da revista IMPRENSA. De comum, uma queixa dura, pesada, criando relações tumultuosas com esses artistas e vice-versa. Mas o melhor de tudo é que o amor deles pela liberdade de expressão, somado a suas sofisticadas carreiras deu ao Brasil um exercício de cidadania que fez com que suas plateias e admiradores entendessem que música é entretenimento, mas é também educação. Só com conhecimento e prazer, a cultura se desenvolve e enriquece um povo.

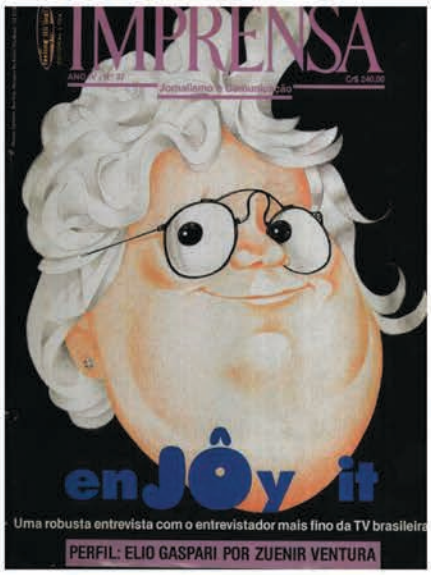
MÍDIA DE MASSA

Quando se quer falar da cultura das massas, o que vem primeiro à cabeça é a televisão. Em uma das capas de IMPRENSA, "Silvio Santos sequestra a mídia", pode-se discutir a importância do jornalismo policial e o *showbusiness* na construção da matriz cultural brasileira. Para um *mediaviwer*, a televisão é o veículo de informação e entretenimento mais estudado. É porque, estruturalmente, ela tem todos os elementos constituintes dos demais veículos. Não é à toa que a tevê é considerada o veículo por excelência, pois herda da mídia impressa os gêneros literários; do rádio, o som; do cinema, a edição; do *outdoor* e do *indoor*, o enquadramento e, finalmente, apropria-se da internet da digitalização de seus conteúdos. Outra capa que mostra a força do veículo é sobre a Xuxa, no auge de seu programa de tevê, com a liderança infantil absoluta do horário diurno. A força da novela e do folhetim na cultura brasileira é dada por uma capa com Raul Cortez, em 1995, com "O Rei do Gado". A própria academia debruçou-se sobre o gênero, seja pela audiência, seja pelo grau artístico que as novelas atingiram no Brasil.

Com as novelas, usos e costumes entraram na matriz cultural do povo brasileiro. Vejamos dois casos: religião e moda. A questão religiosa via televisão, no começo dos anos 1990, vem da capa "Em nome de Deus", onde a dimensão educadora que os americanos já haviam descoberto nos anos 1960 com sucesso é testada no Brasil. A televisão como evangelização foi um sucesso e ainda o é em todo o mundo. Padre Marcelo, um grande exemplo que usa a mídia, quebrou tabus e acabou se transformando em ídolo pop da Igreja Católica.

A compra da Rede Record pela Igreja Universal elevou a evangelização ao estado da arte. Não só quase todas as concessões abertas alugaram seus horários, principalmente o horário nobre, para os cultos religiosos. O crescimento das igrejas pentecostais no Brasil, em detrimento de outra matriz cultural, que é o catolicismo reinante há cinco séculos de Brasil, demonstra como religião é cultura.

Por último, "Linha Fina", capa já do último lustro, mostra que moda e comunicação têm tudo a ver. Seja no vestir, seja na decoração e na arquitetura, a ração diária de informação tem sido a televisão e, nela a novela é o gênero cultural mais eficiente, vencedor e vendedor. O que mostra que novela e marketing são apelos culturais irresistíveis, que em tempos de mídias sociais alimentam e se retroalimentam de conteúdo de *youtubers*, novos "*fast-foods*" da mídia. i


IMPRENSA
Jornalismo e Comunicação
enJOy it
Uma robusta entrevista com o entrevistador mais fino da TV brasileira
PERFIL: ELIO GASPARI POR ZUENIR VENTURA


IMPRENSA COMPLETA 28 ANOS DE COBERTURA DO JORNALISMO
IMPRENSA
ENTREVISTA: MARCOS NOBRINGA, O HOMEM ANTEBELLUM
TENDÊNCIA: SITES AJUDAM A CHECAR FATOS
TUDO VERISSIMO
TÍMIDO CONFESSO, O GAÚCHO LUIS FERNANDO VERISSIMO É CAPAZ DE TRANSFORMAR "QUALQUER COISA" EM UMA BELA CRÔNICA
CRONISTA TORNOU-SE UM DOS AUTORES MAIS VENDIDOS NO BRASIL E PREPARA MAIS DUAS OBRAS PARA SEREM LANÇADAS EM BREVE
O DESAFIO DA COBERTURA DE PROCESSOS SOB SEGREDO DE JUSTIÇA


IMPRENSA
OTTO LARA RESENDE
Um sopro de talento e delicadeza na Imprensa brasileira
Entrevista: Carlos Castello Branco


CAOS NOS TRANSPORTES DEMANDA COBERTURA MAIS INTENSA
IMPRENSA
ENSAIO: A LUZ DO PANTANAL SEGUNDO IZAN PETTERLE
PASQUIM: 40 ANOS DE CACHAÇA, RISADA E SUBVERSÃO
QUAL É A GRAÇA?
JOSÉ SIMÃO SE DESPE DA RISADA FÁCIL PARA MOSTRAR O TRABALHO SÉRIO POR TRÁS DE SUA IRONIA
"PROCESSO TUDO BEM, MAS MEDIDA CAUTELAR É CENSURA", DIZ SOBRE ENTRAVE COM JULIANA PAES
O SUCESSO DA ESPN BRASIL SEGUNDO JOSÉ TRAJANO


AMBIENTE: O BRASIL PODE PAUTAR A MÍDIA MUNDIAL?
IMPRENSA
ÁFRICA DO SUL: OS DESAFIOS DA MÍDIA NA COPA 2010
DIGITAL: INTERNET HAS ELEIÇÕES NÃO É EFICAZ NO BRASIL
CRIADOR E CRIATURAS
MAURICIO DE SOUSA E TURMA DA MÔNICA CONQUISTAM O MUNDO E VOLTAM À TELEVISÃO
EXPERIÊNCIA COMO REPÓRTER SE REFLETE NA ATUALIZAÇÃO DE TEMAS E PERSONAGENS, 40 ANOS DEPOIS
ANCELMO GOIS: "TENHO MUITO RESPEITO PELA POLÍTICA"


PESQUISA CDM: QUEDA DE PALOCCI AQUECE NOTICIÁRIO POLÍTICO
IMPRENSA
PERFIL: TODAS AS PAIXÕES DE DIDA ROCHA
MEMÓRIA: AS PRIMEIRAS PARISIENSES BRASILEIRAS
VIVA, OSWALD
HOMENAGEADO DA FLIP, OSWALD DE ANDRADE TEM SUA OBRA RECONHECIDA NO MEIO LITERÁRIO E ARTÍSTICO
JORNALISMO É PARTE IMPORTANTE DO TRABALHO DO POLÊMICO MODERNISTA E AGENTE CULTURAL BRASILEIRO
PAULO PIMENTA DEFENDE O DIPLOMA DE JORNALISMO


PESQUISA EXCLUSIVA FAZ PANORAMA COMPLETO DE TELEJORNAIS
IMPRENSA
PERFIL: O HUMOR POLÊMICO DE BARBARA GANCIA
FUTEBOL: NAZIAR BARAKAT, DE DIVA A VILA BELMIRO
LINHA FINA
SÃO PAULO FASHION WEEK COMEMORA 15 ANOS COM SÉRIE DE FILMES SOBRE SUA HISTÓRIA
PAUTA DENTRO E FORA DO PAÍS, EVENTO PROVA QUE MODA E COMUNICAÇÃO TÊM TUDO A VER
ROBERTO DAMATTA: TREINADO PARA DISCORDAR


COMO ATUAM OS JORNALISTAS ESPECIALIZADOS EM GASTRONOMIA
IMPRENSA
REUNIÃO DE PAUTA: EXISTE IDEOLOGIA NA MÍDIA NACIONAL?
ENTREVISTA: INVESTIMENTOS DO TWITTER NO BRASIL
CURTIR OU NÃO CURTIR
AMADO PELA MÍDIA, TOM ZÉ TORNA-SE UM "TRAIDOR" NO FACEBOOK APÓS NARRAÇÃO DE COMERCIAL DE REFRIGERANTE
AVESSO À POLÍTICA, CANTOR BAIANO EXPLICA O MOTIVO QUE O FEZ DESISTIR DE SER DONO DE UM JORNAL
CDM TRAZ ESPECIAL SOBRE O DIA DO MÍDIA


EM DISPUTA INTERNA, ABI BUSCA CAMINHOS
IMPRENSA
MERCADO: DEMISSÕES AGITAM IMPRENSA NACIONAL
ENTREVISTA: MÍDIA E POLÍTICA POR FERNANDO RODRIGUES
PARA GOSTAR DE LER
NO MÊS DA CRIANÇA, JORNALISTAS DE RENOME NO BRASIL RELEMBRAM LIVROS QUE MARCARAM SUAS INFÂNCIAS
OBRAS DESPERTARAM NOS PROFISSIONAIS O AMOR ÀS PALAVRAS E INFLUENCIARAM NA ESCOLHA DE SUAS CARREIRAS
AS BOAS NOTÍCIAS E OS BONS NEGÓCIOS DE JOYCE PASCOWITCH