

Jornal do Itacorubi: Jornal de bairro como tática para proposição artística

Nara Beatriz Milioli Tutida, João Felipe Reginatto Montemezzo, Juliano Menegaes Ventura

Resumo: Este ensaio trata do desenvolvimento de um jornal de bairro como tática para proposição artística direcionada ao Itacorubi. Jornais de bairro, comuns na cidade de Florianópolis, são publicações que usando formato dos jornais tradicionais para veicular acontecimentos referentes a contextos locais, que muitas vezes não seriam noticiados pela mídia convencional. O Jornal do Itacorubi desloca a temporalidade usual de um jornal ao contar com uma só edição – elaborada entre os meses de abril e dezembro de 2018 – e misturar reportagens sobre dados atuais com fatos históricos. O conteúdo publicado aborda as modificações pelas quais passou o bairro através da coleta de narrativas advindas de variadas perspectivas: memórias de um Itacorubi que não existe mais, relatadas por antigos moradores, a maioria nascidos no bairro; impressões de quem chegou recentemente; e conversas e entrevistas com quem transita ou trabalha por lá. Algumas dessas narrativas aqui brevemente comentadas. São apresentadas as táticas utilizadas para a elaboração do conteúdo e a estruturação do jornal, bem como para o planejamento de sua posterior circulação, distribuído gratuitamente junto aos diários da grande imprensa.

Palavras Chave: jornal, bairro, local, tática, circulação

O Jornal do Itacorubi utiliza mecanismos peculiares aos jornais de bairro, comuns onde moramos, em Florianópolis, cidade ao sul do Brasil. Com poucas páginas e geralmente distribuídos de forma gratuita, esses jornais promovem a participação da comunidade com o seu entorno ao noticiar acontecimentos locais que não seriam veiculados pela imprensa convencional por variadas razões, tais como a divergência de interesses e a possível irrelevância dos temas para quem não é da região. Essa mídia – o jornal de bairro – nos atraiu porque suas dinâmicas de circulação na cidade aproximam-se da ideia de mídia tática, uma prática por nós pesquisada que consiste no uso de estruturas midiáticas preexistentes como meio para dispersão de ideias e informações no espaço público.

Ao valer-se do formato dos jornais tradicionais, os jornais de bairro se inserem no cotidiano de mercadinhos e padarias, entre outros comércios, e são distribuídos junto a diários da grande imprensa. Usualmente esses comércios locais são também os anunciantes que financiam essas publicações, as quais propiciam uma publicidade mais direcionada aos seus públicos.

Fazer um jornal também nos instigou por sua possibilidade de abranger muitos temas e agrupar uma diversidade de conteúdos. Elaboramos o jornal do bairro Itacorubi como um projeto de extensão universitária no período de abril a dezembro de 2018, deslocando então a temporalidade usual de um jornal e contando com uma só edição, que mistura fatos atuais com dados históricos.

Nossa atenção se voltou a esse bairro, que, além de não ter praia – formação geológica tão representativa de Florianópolis e atrativo turístico da cidade – não tinha um jornal de bairro em circulação e porque é onde se localiza a faculdade de artes visuais da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), à qual estamos vinculados. Uma vez que é finalidade da extensão universitária estimular a interação com a comunidade, o projeto surgiu como possibilidade de pensar as relações dessa universidade com o seu entorno mais próximo, sobretudo por ter sido a construção do campus determinante no modo de ocupação e urbanização do bairro onde se situa.



Fig. 1 – Fotografia aérea do Itacorubi impressa e adesivada na parede do *show room* de uma construtora que atua no bairro.

O Itacorubi é geograficamente mais central que o próprio centro, e, por isso, além da UDESC, diversas entidades e órgãos públicos foram lá construídos a partir dos anos 1970. Os prédios públicos favoreceram a acelerada construção de condomínios residenciais onde antes havia pastos e lavouras. Essa construção, que foi desordenada, resultou não apenas em ruas muito estreitas para o intenso tráfego de automóveis na região, mas deixou restos vivos de passado, algumas casas e mesmo chácaras remanescentes de outrora, discretas detrás dos novos edifícios e encontradas em nossas andanças pelo bairro.

A andança foi fundamental à pesquisa, afinal o bairro é extenso e possui, ao longo da via principal que o atravessa, entre outros estabelecimentos, três universidades, o antigo lixão da cidade e o maior cemitério do estado de Santa Catarina – curioso ressaltar que neste, mais de uma pessoa lá enterrada foi santificada pela crença popular e aos seus respectivos túmulos recebem presentes como agradecimento por graças alcançadas.

Debaixo do sol ou de chuvas e pisando em lajota solta ou poça d'água (que se acumulam no bairro de vias construídas no improviso), entrevistamos residentes, passantes e trabalhadores a fim de compor um panorama do Itacorubi mediante múltiplas perspectivas– de quem lá nasceu e de quem chegou agora. No caminho, também visitamos algumas casas. Depois de bater palmas ao portão ou conversar com os curiosos à janela, encontramos moradores antigos que nos narraram aspectos de um Itacorubi que não existe mais e nos indicavam qual a próxima casa a ser visitada.

Dona Zezé nos relatou de quando o rio Itacorubi, que corta o manguezal – um dos maiores em perímetro urbano no Brasil –, era o local de serviço de lavadeiras. Foi lá também onde aprendeu a nadar. Atualmente, grandes áreas que pertenciam ao manguê estão aterradas e a poluição do rio, além de impossibilitar essas práticas, as torna inconcebíveis para quem chegou agora e reconhece o rio Itacorubi pelo mau cheiro.



Fig. 2 – Jornal do Itacorubi com Beatriz Jorgio, em sua loja Bia Modas, um dos pontos de distribuição dos exemplares.

Ouvimos de Dona Didi, benzedeira, histórias da época em que ela foi colega de trabalho da Dona Olênia na extinta TELESC – um dos prédios públicos então construídos –, que ofertou o primeiro emprego fora de casa a muitas mulheres do bairro. Na cozinha de sua casa, Olênia gentilmente nos serviu bolo e chá caseiros e confirmou a eficácia das benzeduras de Didi.

Gabriel, outro morador, nos mostrou que, apesar do rio estar poluído, lá ainda tem água para se banhar. Apresentou-nos uma cachoeira no topo do Morro do Quilombo, uma das áreas de ocupação mais antiga do bairro e com maior vigilância policial. Contudo, a cachoeira é pouco conhecida e não incluída em roteiros turísticos, provavelmente pelo preconceito com a comunidade das redondezas.

Essas narrativas foram elaboradas conforme as possibilidades de abordagem que os elementos que compõem um jornal apresentam. Assim, o bolo e o chá caseiros servidos por dona Olênia tiveram suas receitas publicadas junto à característica seção de variedades, que também trazia uma receita de artesanato ensinada por Vera Lúcia, outra moradora.

Para alguns casos escolhemos abordagem diferente da usual dos jornais. Em vez de propagandear os comerciantes locais - como é típico em jornais de bairro -, incluímos alguns comércios por suas particularidades em implícito contraponto às padronizadas redes varejistas, espalhadas pela cidade. O “Guia do Comércio Local” não serve exatamente como propaganda porque expomos informações que talvez não seriam expressas num anúncio. A Padaria Santa Isabel, por exemplo, participou do guia por priorizar o almoço dos funcionários: fecha ao meio-dia e reabre à tarde, hábito incomum em grandes centros. Do Armazém Santos, cuja decoração nos encantou, publicamos ademais a vontade dos proprietários de fechar o estabelecimento e transformá-lo em quitinetes para aluguel.

O conteúdo do jornal foi concebido com a intenção de suscitar o interesse na população de um bairro todo, neste caso composto por um público tão variado, de distintos perfis socioeconômicos e posicionamentos políticos, cujo único aspecto que sabemos ser comum é ocupar a mesma área urbana. Desse modo, a reportagem sobre a especulação imobiliária, da qual o Itacorubi tem

sido alvo, apareceu junto de dicas de jardinagem. Textos que tratam da discriminação sociorracial publicados entre páginas com enquetes divertidas sobre a presença da fofoca no bairro. A importância da fauna do desvalorizado mangue exposta com desenhos de bichos para colorir e como referência para resolução de cruzadinhas.

Além da abordagem do conteúdo, a distribuição dos 2.500 exemplares impressos também requereu um planejamento. Afinal queríamos atingir um “número grande e indefinido de pessoas” (MEIRELES, 2010, p.141), conforme descreveu o artista brasileiro Cildo Meireles quanto à motivação para a sua intervenção com mensagens que pegavam carona na circulação de mercadorias populares, como garrafas retornáveis, e que atingia, simplesmente, qualquer um que consumisse Coca-Cola. Por isso não só seguimos a tática dos jornais de bairro de inserção no comércio local, distribuídos junto aos diários da grande imprensa, mas escolhemos para o lançamento do jornal a entrada do maior supermercado do bairro, o qual atende também público variado. Também entregamos exemplares pelas ruas: em mãos; em caixas de correio; nos para-brisas de carros; nos bancos das praças e dos ônibus.

Há quem ficou contente com a chegada do jornal ao bairro e espera uma segunda edição, quem se orgulhou em se ver publicado, assim como há quem não gostou. Uma comerciante, habituada ao jornal de bairro como espaço de propaganda do comércio, desaprovou as curiosidades citadas sobre o seu estabelecimento. Certamente há quem recebeu o jornal e não leu. Quem o usou para fazer fogo, embalar peixe e limpar vidros. Soubemos que, num dos pontos de distribuição, pegaram jornais para xixi e cocô de animais domésticos.

Enfim, embora possa ser guardado, o jornal é “obra descartável” (MANUEL, 2018, p.22), segundo definiu Antonio Manuel, artista português radicado no Brasil, acerca de suas produções a partir de jornais. Ele ainda concluiu ser, para a veiculação de uma proposição artística, mais eficaz um jornal do que o próprio Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Em razão da censura de sua mostra no MAM, Antonio Manuel desenvolveu em 1973 a *Exposição de 0 a 24 horas nas bancas de jornais*, desdobrando aquela mostra para um encarte de jornal de grande circulação e, portanto, disseminando “um ruído de informação de forma relâmpago” (MANUEL, 2018, p.22).



Fig. 3 – Jornal do Itacorubi junto a outros jornais em um dos pontos de distribuição, o Mercado da Família.

Com as táticas de elaboração e dispersão usadas no Jornal do Itacorubi, percebemos que o jornal de bairro como proposição artística viabiliza o contato com um público mais amplo que os habituais consumidores de artes visuais, algo próximo ao que concluiu Antonio Manuel. Vinculados à universidade, como grupo de pesquisa atento a questões urbanas e usos dos espaços públicos, encontramos no jornal de bairro também um meio para veicular nossas pesquisas a um público diverso do consumidor de produções acadêmicas. Com o jornal de bairro pudemos alcançar quem está diretamente envolvido nas questões pesquisadas sobre determinada região, promovendo reflexões sobre aspectos geográficos, históricos, sociológicos e estéticos da cidade.

Referências

MANUEL, Antonio. *Antonio Manuel / Jean-Claude Bernardet*. In: SÜSSEKIND, Flora; DIAS, Tânia (Org.). *Cultura brasileira hoje: diálogos*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018. v.3. pp.10-61.

MEIRELES, Cildo. *Inserções em circuitos ideológicos*. In: *Cildo Meireles*. Cidade do México: Alias, 2010. pp.140-149.

'Notas de fim'

1 - Telecomunicações de Santa Catarina, empresa estatal operadora de telefonia no estado, fundada em 1974 e privatizada em 1998.

