
COMPETÊNCIA MIDIÁTICA E A REVISTA INTERVALO: UMA ANÁLISE DAS CARTAS DOS LEITORES SOBRE O FESTIVAL DE MPB DE 1967

*MEDIA LITERACY AND INTERVALO: AN ANALYSIS
OF THE READERS' LETTERS ABOUT THE 1967' MPB FESTIVAL
COMPETENCIA MEDIÁTICA Y REVISTA INTERVALO: UN ANÁLISIS
DE LAS CARTAS DE LOS LECTORES SOBRE EL FESTIVAL MPB DE 1967*

TALITA SOUZA MAGNOLO¹

DAIANA SIGILIANO²

CHRISTINA FERRAZ MUSSE³

Submissão: 21/10/2020
Aprovação: 23/11/2020
Publicação: 21/12/2020

¹ Doutoranda em mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do Grupo de Pesquisa (CNPq) Comunicação, Cidade e Memória. Membro da Comissão de Audiovisual do PPGCOM da UFJF. Membro da equipe editorial do Jornal da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6240-388X> E-mail: talita.magnolo@yahoo.com.br

² Doutoranda e mestre em Comunicação pela UFJF. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática, pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual, do Obitel Brasil e da Rede Euroamericana de Alfabetização Midiática.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-5163-9926> E-mail: daianasigiliano@gmail.com

³ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Líder do Grupo de Pesquisa (CNPq) Comunicação, Cidade e Memória. Presidenta da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar).

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1172-5993> E-mail: cferrazmusse@gmail.com

RESUMO

A revista Intervalo (1963-1972), da Abril, é considerada um dos mais importantes veículos impressos especializados no Brasil da década de 1960, por ter inovado a forma de falar sobre televisão. Este artigo tem como objetivo analisar as dimensões da competência midiática que estão em operação na seção de carta dos leitores chamada Intervalo para Conversa, feita pela revista, durante o III Festival de Música Popular Brasileira em 1967. A reflexão desta terá como base a proposta metodológica de Ferrés e Piscitelli (2015). Conclui-se que a seção de carta de leitores contribuiu para o fortalecimento da relação entre a revista e seu público leitor, que por sua vez, pôde utilizar o espaço para produzir seu próprio conteúdo, baseado no seu consumo de informações, através de textos informais, compreensíveis e que geraram uma aproximação com os outros leitores.

Palavras-Chave: Competência Midiática. Revista “Intervalo”. Festival de MPB de 1967. Jornalismo.

ABSTRACT

The Intervalo magazine (1963-1972) by Abril publisher is considered one of the most important printed media specialized in TV in Brazil in the 1960s, for having innovated the way of talking about television. This article aims to analyze the dimensions of media competence that are at work in the readers' letter section called Intervalo para Conversa, made by the magazine Intervalo, during the III Festival de Música Popular Brasileira in 1967. Based on the methodological proposal presented by Ferrés and Piscitelli (2015). It is concluded that the section of the letter of readers contributed to the strengthening of the relationship between the magazine and its reading public, which in turn, was able to use the space to produce its own content, based on its consumption of information, through informal texts, understandable and that generated an approximation with the other readers.

Keywords: Media Literacy. “Intervalo” Magazine. 1967’ MPB Festival. Journalism.

RESUMEN

La revista Intervalo (1963-1972) del editorial Abril es considerada uno de los vehículos impresos especializados más importantes de Brasil en la década de 1960, por haber innovado la forma de hablar de la televisión. Este artículo tiene como objetivo analizar las dimensiones

de la competencia mediática que operan en la sección de la carta a los lectores denominada Intervalo para Conversa, realizada por la revista, durante el III Festival de Música Popular Brasileña de 1967. La reflexión de esto se basará en la propuesta metodológica de Ferrés y Piscitelli (2015). Se concluye que el apartado de la carta de lectores contribuyó al fortalecimiento de la relación entre la revista y su público lector, que a su vez, supo utilizar el espacio para producir su propio contenido, a partir de su consumo de información, a través de textos informales, comprensible y que generó una aproximación con el resto de lectores.

Palabras clave: Competencia Mediática. Revista “Intervalo”. Festival MPB de 1967. Periodismo.

INTRODUÇÃO

Como tema latente na área da Comunicação, mas também amplamente discutida em outras áreas de estudo, a competência midiática abrange capacidade de acessar, analisar, avaliar, participar e criar conteúdos por meio de uma variedade de contextos diferentes. Em suma, os estudos discutem as capacidades e práticas políticas, sociais e culturais que habilitam os sujeitos a pensarem criticamente.

A partir dessa reflexão inicial, este artigo tem como foco o momento histórico do desenvolvimento e amadurecimento da cultura de massa e indústria do entretenimento no Brasil, da década de 1960. Como objeto de análise, será utilizada a revista “Intervalo”, da editora Abril, que existiu entre os anos de 1962 e 1972. O semanário foi pioneiro ao tratar com exclusividade sobre assuntos relacionados à televisão e disseminar a programação televisiva de todo Brasil. Como recorte temporal, será analisada a cobertura feita pela revista do III Festival de MPB de 1967, bem como a seção fixa de carta de leitores, intitulada “Intervalo para Conversa”.

Este trabalho tem como objetivo analisar como foi feita a cobertura do Festival por parte da revista – dentro do âmbito de produção das próprias mensagens –, bem como se deu a interação dos leitores com o semanário através das cartas, que normalmente eram respondidas pelos jornalistas – no âmbito da interação com as mensagens alheias. A análise será pautada na metodologia proposta por Ferrés e Piscitelli (2015).

Serão trabalhadas as dimensões elencadas pelos autores – linguagem e estética – dentro do âmbito da expressão, ou seja, focado na produção de conteúdo feita pelos leitores da revista, através das cartas.

AS DIVERSAS ABORDAGENS DA COMPETÊNCIA MIDIÁTICA

De acordo com Potter (2016) os debates acadêmicos sobre a competência midiática ganharam força em meados da década de 1980. No âmbito europeu, vários projetos e ações têm sido desenvolvidos, desde 1980, com o objetivo de estabelecer uma agenda comum de promoção da competência midiática (BUCKINGHAM, 2003; BORGES, 2014). As discussões abrangem a adoção de práticas relacionadas às habilidades técnicas; a compreensão crítica e a conduta dos jornalistas e outros profissionais da comunicação.

O conceito de competência midiática é pautado por uma complexa base epistemológica, como explica Potter (2016, p. 675) o termo “[...] significa muitas coisas diferentes para sujeitos distintos - acadêmicos, educadores, ativistas e o público em geral”⁴ (tradução nossa). O autor pontua que ao permear várias áreas do conhecimento como, por exemplo, a Comunicação, a Sociologia e a Educação, o conceito se configura a partir de uma pluralidade semântica, o que justificaria as várias denominações tais como alfabetização midiática, competência midiática, educação midiática, educomunicação, etc.

Scolari (2016, p. 4) explica que a competência midiática é “[...] um conceito flexível que evolui e se adapta às transformações do ecossistema midiático e às diferentes perspectivas teóricas⁵” (tradução livre). Neste contexto, para o autor a constante atualização do termo se dá pela necessidade dos pesquisadores em acompanharem as transformações da comunicação contemporânea.

⁴ “[...] means many different things to different people – scholars, educators, citizen activists, and the general public”.

⁵ Se trata de un concepto flexible, que ha ido evolucionando y adaptándose a las transformaciones del ecosistema de medios y a las diferentes perspectivas teóricas.

Os pontos destacados por Scolari (2016) estão presentes nos levantamentos realizados por Potter (2016). A revisão bibliográfica feita pelo autor apresenta cerca de 40 definições do conceito. Os debates iniciais, feitos entre a década de 1980 e início dos anos 1990, são norteados por um caráter protecionista (HOBBS, 2011). Nesse contexto, observamos uma vitimização do sujeito, em que a literacia midiática é abordada como uma espécie de antídoto para os efeitos nocivos dos meios de comunicação. Em outras palavras, o campo se limitaria em proteger o indivíduo, visto como alguém vulnerável. A partir da década de 1990, os estudos a respeito da competência midiática começam a refletir relativamente ao desenvolvimento da compreensão crítica e da produção criativa do sujeito (HOBBS, 2011). Dessa forma, ao invés de blindá-lo, as pesquisas promovem a autonomia e a conscientização.

Apesar da complexidade epistemológica os estudos em relação a competência midiática apresentam pontos recorrentes, as discussões convergem para a combinação de conhecimentos e de práticas políticas, sociais e culturais que habilitam os cidadãos a pensar criticamente os meios de comunicação (BUCKINGHAM, 2003; POTTER, 2016). Para Ferrés e Piscitelli (2015) a competência midiática é uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado. Nesse sentido, como reforça Borges (2014, p. 183) os estudos devem “[...] habilitar os cidadãos para o pensamento crítico e a resolução criativa de problemas a fim de que possam ser consumidores sensatos e produtores de informação”. Isto é, abrangendo tanto o consumo dos conteúdos quanto a sua produção pelos sujeitos midiáticos.

Atualmente, competência midiática está pautada no processo de conhecer a linguagem midiática, saber interpretá-la e ser capaz de produzi-la. Pensar criticamente os meios de comunicação, é um direito ao exercício pleno da cidadania, em um momento em que a mídia é um dos pilares da economia material e simbólica da sociedade (BUCKINGHAM, 2003; LIVINGSTONE, 2007; POTTER, 2016).

A REVISTA INTERVALO: O DISCURSO DO ENTRETENIMENTO DOS ANOS 1960

A revista Intervalo é considerada uma das mais importantes publicações especializadas que surgiram entre as décadas de 1960 e 1970, pois valorizou na íntegra assuntos e temas sobre televisão em todo Brasil. A inspiração veio dos Estados Unidos, de uma das revistas mais famosas da época: a *TV Guide*, uma publicação de formato pequeno, que continha todas as programações televisivas, cobrindo o continente norte-americano de costa a costa e todas as emissoras de TV. De acordo com Thomaz Corrêa (2017), o semanário foi lançado oficialmente no dia 10 de janeiro de 1962 e chegava às bancas toda quinta-feira. Inicialmente sua proposta era cobrir a programação televisiva de todo Brasil – Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba e Salvador – e trazer reportagens também relacionadas com os programas, shows, telenovelas, entre outros, além de notícias e muitas fotografias.



Figura 1 – Revista “Intervalo” n° 0: Capa e página 23 (06/01/1962) Fonte: Acervo pessoal

A revista destinava-se para amantes de televisão. De acordo com Jaime Figuerola (2017), um dos primeiros funcionários do Departamento de Arte da Intervalo que trabalhou na revista entre 1963 e 1966, a revista era para as pessoas que tinham o aparelho de TV em casa, e que usavam a revista para se manterem informadas sobre a programação. Para aqueles

que não tinham TV, era a opção para ver o que aconteceu durante a semana e uma forma fácil e barata de ter o contato visual com seus artistas e cantores prediletos. Já para Laís de Castro (2017) – repórter de “Intervalo” entre 1967 e 1968 – o público-alvo eram as tietes, as fãs que iam desde jovens adolescentes até senhoras, já que a revista tratava de conteúdos ecléticos, para todas as idades – desde a música considerada brega, até os movimentos mais vanguardistas e demais programas da televisão. Apesar de possuir diversas seções temáticas, conteúdos diversos e fotografias, o foco era divulgar seu maior diferencial: a programação televisiva.

Bergamo (2010) afirma que os anos 1960 representaram para a TV brasileira um momento-chave, já que foi nesse período que várias práticas televisivas foram criadas e consolidadas, assim como outras foram abandonadas ou profundamente transformadas, em outras palavras, a programação televisiva era novidade. O impacto da TV foi grande e definitivo na organização dos outros meios de comunicação, não somente na forma de produção, mas no relacionamento que começou a ser construído entre os canais de TV e as redações; entre os jornalistas e os cantores, entre os redatores e as gravadoras e, principalmente, entre a revista e seu público leitor. Dessa mudança, nasceu uma nova forma de pensar o jornalismo de televisão. A regra que valia era publicar o que o público mais gostava de ver nas telas da TV. A fotografia foi importante porque, dessa forma, as fãs conseguiam guardar a imagem de seu ídolo – coisa que antes não acontecia no rádio, por exemplo, onde as fãs só tinham contato com seus ídolos pela voz.

O FESTIVAL DE MPB DE 1967 SOB OLHAR CRÍTICO

Para este artigo, serão consideradas as edições que abordaram o III Festival de MPB, desde as eliminatórias até a edição após a cobertura principal, que trouxe os desfechos de alguns cantores. Ao todo, são seis edições: do número 249 ao número 254 (entre os dias 15

de outubro de 1967 e 25 de novembro de 1967). A revista contava com algumas seções fixas⁶, entre elas, “Intervalo para Conversa”, que era uma página com trechos de cartas enviadas pelos leitores.

Esta seção ocupava uma página da revista e era o espaço de diálogo entre os leitores e a “Intervalo”. Acreditamos que este espaço dava a sensação ao leitor de aproximação, mas também a possibilidade de produzir um conteúdo específico, de acordo com seus gostos e preferências. As cartas geralmente traziam elogios à revista, comentários sobre os programas e também perguntas sobre algum ator/ atriz, cantor/cantora. Em todas as edições que estão sendo analisadas, a seção se localizava na página 24 e trouxe, pelo menos, 1 fotografia – 10 fotos no total e todas de atores e ou cantores homens, fazendo jus ao público majoritariamente feminino. Ao todo foram publicadas 25 cartas de leitores, o que dá, em média, aproximadamente 4 cartas por edição.

⁶Além da seção de carta dos leitores, a revista trazia ainda “O que elês disseram”, que funcionava de acordo com a lógica da carta do leitor, só que eram falas dos artistas com relação a um determinado programa, acontecimento, astro da TV. Outra seção que trazia muitas informações era “Jornal da TV”, que informava sobre todos os programas, com alguns destaques de acordo com o que foi mais visto ou comentado ao longo da semana. Em sua seção “Bola Branca, Bola Preta”, a revista fazia pequenas ressalvas tanto positivas (Bola Branca) como negativas (Bola Preta) com relação ao que acontecia na televisão. A seção intitulada “Intervalo Musical” trazia letras de músicas. As seções que ditavam os assuntos da semana seguinte eram “Os 10 de maior audiência”, que trazia os 10 programas mais vistos, de acordo com a pesquisa realizada pelo IBOPE; e “Discos mais vendidos”, que trazia os compactos simples, compactos duplos e *long-playings* mais vendidos, também de acordo com a pesquisa do IBOPE. Já a seção “Confidencial”, tinha como principal proposta revelar informações, fofocas e segredos dos famosos.



Figura 2 – Página 24, da edição 252, revista “Intervalo”. Seção de carta de leitores: Intervalo para Conversa. Fonte: Acervo pessoal

É importante ressaltar, que o semanário da Abril fez uma grande cobertura, que conseguiu construir uma narrativa sobre o festival⁷, trazendo matérias e fotos sobre as eliminatórias, as canções que estavam na competição, fofocas sobre os cantores e júri, e, tudo isso, para que no momento da cobertura da grande final do festival os leitores estivessem intimamente ligados ao que estava acontecendo e já tivessem, inclusive, seus preferidos. Vale ainda ressaltar, que não somente a revista narrou o festival, mas o festival, por si só, foi um empreendimento da TV Record. Deste modo, ainda pode-se aferir que os meios de comunicação, em especial as revistas, se comportaram como disseminadoras de um projeto já existente por parte da produção e direção da emissora.

Por tratar com exclusividade sobre assuntos da televisão, a linguagem utilizada pela revista assumia, por vezes, os mesmos formatos, gírias e linguajar dos apresentadores e artistas, especialmente na tentativa de se aproximar do leitor, que também era telespectador. Durante a cobertura das eliminatórias, a revista procurou, em suas seções, orientar o leitor para o que estava acontecendo, mas também, prepará-lo para o que seria o festival daquele

⁷ Ver MAGNOLO, T. (2018). Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6634>. Acesso em: 17 jun. 2020.

ano. A revista apresentou, desde a cobertura das eliminatórias, uma ordem cronológica de acontecimentos, que vão até o fim do festival, com a utilização massiva de recursos de linguagem, textos, fotografias e das seções de opinião da revista. Como se estivesse conversando com um amigo, o semanário utilizou uma linguagem simples e informal, trouxe algumas informações e fofocas para satisfazer a curiosidade dos fãs.

Para sistematizar metodologicamente as discussões sobre a competência midiática, Ferrés e Piscitelli (2015, p. 8-14) definiram seis dimensões a partir das quais os indicadores são elaborados. São elas a linguagem, a ideologia e valores, a estética, a tecnologia, os processos de interação e de produção e difusão. Estes indicadores se relacionam tanto com a forma como os sujeitos recebem e interagem com as mensagens (âmbito de análise), quanto ao modo como as mensagens são produzidas pelos sujeitos (âmbito de expressão). É importante pontuar que as dimensões estabelecidas por Ferrés e Piscitelli (2015) estão inter-relacionadas. Em outras palavras, esta separação é feita para que possamos analisar didaticamente cada uma delas.

Segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p. 9) a dimensão da linguagem abrange a capacidade de interpretar e avaliar diferentes códigos de representação e a sua função na mensagem; a capacidade de compreender o fluxo de histórias e informações de múltiplas mídias e formatos; a capacidade de se expressar e de escolher entre distintos sistemas de representação e a capacidade de editar produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor. Para os autores, a dimensão da estética abrange no âmbito da análise a sensibilidade para reconhecer a qualidade estética das produções midiáticas e a capacidade de identificar as categorias estéticas básicas, como a inovação formal e temática, a originalidade e o estilo. O âmbito da expressão está relacionado com a capacidade de produzir mensagens criativas, bem como se apropriar e transformar produções artísticas, visando potencializar a criatividade, a experimentação e a sensibilidade estética.

No âmbito da expressão, elencado por Ferrés e Piscitelli (2015), ou seja, o modo como o público leitor consumiu as informações disseminadas pela revista e se manifestou por meio

das cartas, é importante considerar a expressão pelos sistemas de representação e significados; a escolha entre diferentes estilos em razão da situação comunicativa, do tipo de conteúdo a ser transmitido e do tipo de interlocutor; e a modificação de produtos existentes, dando a eles um novo significado e valor (FERRÉS; PISCITELLI, 2015). As notícias e conflitos que eram elucidados pela revista ganhavam força na seção “Intervalo para Conversa”, que após consumirem determinada informação, se manifestavam nas cartas, como no exemplo a seguir:

Afinal de contas, que espécie de Festival é êsse da TV Record? Os srs. poderiam me responder? Sou fã da música brasileira, mas jamais procurei saber antes o nome, profissão ou preferências ideológicas do compositor ou do intérprete para poder aplaudir. O que aconteceu com a música de Demétrius, a quem, por sinal, não admiro profissionalmente, mostra bem o critério do júri. A música do môço pode não ser uma maravilha, mas era muitas vezes melhor do que algumas classificadas. Será que foi só porque êle pertence ao ié-ié-ié? E que dizer da filha de Dorival Caymmi, que talvez por ser filha de quem é, tenha sido prestigiada pelo júri, apesar da vaia, uma as mais longas da história da nossa televisão? LAURO ALFREDO MOREIRA – RIO DE JANEIRO, GB. Pois é Lauro, júris são uma coisa meio complicada mesmo. Não queremos entrar no mérito de suas opiniões. Numa coisa, contudo, estamos de acordo: a música de Demétrius tem qualidades e merecia classificação (INTERVALO Nº250, 1967, p. 24).

Em outros momentos, os leitores da revista, sentiam-se, inclusive, no poder de solicitar matérias e a valorização de algum cantor, como se realmente estivessem conversando com um amigo, como no caso abaixo:

Nunca deixamos de ler INTERVALO; por isso, fazemos um apêlo: que seja publicada num dos próximos números uma capa com o ídolo do iê-iê-iê francês Johnny Hallyday. MARIA HELENA PAZ BARBOSA, NEIDE CAMPOS SALES, MARIZA BATISTA, MARIA MENDONÇA – RIO DE JANEIRO, GB. Muito obrigado por tanta atenção e carinho com a nossa revista. Quanto à capa, anotamos o pedido de vocês. Enquanto isso, contentem-se com esta fotozinha do Jhonny (INTERVALO, N 252, 1967, p. 24).

Outras vezes traziam comentários sobre algum acontecimento recente. No exemplo abaixo o leitor comenta sobre o “III Festival de MPB” que havia acontecido semanas antes,

e sobre o posicionamento de alguns movimentos musicais durante a competição musical da TV Record:

Vejam vocês, como essa turma da música engajada é enrolada. Para eles, só a música que fazem é válida, nada mais. O iê-iê-iê, então é um lixo. Por isso, gostei um bocado da vaia que levaram alguns desses engajados de araque, nos festivais da Record e do Rio de Janeiro. O público, mais uma vez, e felizmente, mostrou que não tem preferência por gêneros, mas sim pela boa música. E, cá entre nós, houve uma coisa boa, mas muito droga também, que passou por obra de arte, novos rumos, sei lá mais o quê. Portanto, deixo para os engajados uma sonora vaia e para a música boa, venha de onde vier, o meu caloroso aplauso. SÉRGIO MACHADO COSTA – SÃO PAULO, SP (INTERVALO, N, 252, 1967, p. 24).

Os fatos iam além das reportagens, como no exemplo a seguir, onde leitoras defendem o cantor Sérgio Ricardo e culpam o júri pelo fato de Sérgio Ricardo ter quebrado seu violão:

Gostaríamos de levar através dessa revista o nosso protesto à comissão que presidiu o III Festival da Música Popular Brasileira. Sabia que Sérgio Ricardo não conseguiria agradar o público com Beto Bom de Bola. Mesmo assim, classificaram-no (...). À comissão, nossos pêsames, por ter contribuído na derrota deste grande cantor (...). A você, Sérgio Ricardo, nossos parabéns. Você se esqueceu que era profissional e agiu como homem, foi aí que o povo não compreendeu, pois atitudes dignas como a sua, atualmente, estão ultrapassadas. Você não precisa de um público insatisfeito como aquele que esteve no Teatro Record, para ser reconhecido como admirável que é. Mesmo que você decida encerrar sua carreira, será lembrado pelo que de bom você já fez pela música de nossa terra. MARIA INÊS, MARIA ROSA, IRENE, CACÍLIA MARIA E MAIS 18 LEITORAS – SÃO PAULO, SP. Sem comentários, aí está o desabafo de vocês, meninas (INTERVALO Nº 253, 1967, p. 24).

A utilização de muitas fotografias certamente produziu mudanças no estado de espírito de seus leitores, que eram pessoas que por vezes acompanharam pela TV e, depois, leram sobre o festival na revista, ou aquelas que não assistiram ao programa e queriam saber como foi. Com a utilização de artifícios visuais e chamativos para seus textos, com fontes maiores nos títulos e muitas fotos, e depois de ter trazido várias falas e fofocas sobre a competição, o semanário, finalmente, na edição 252, trouxe a cobertura e deu o tom do que foi o festival, como podemos observar na imagem a seguir:



Figura 3 - Revista “Intervalo” nº 252: páginas 14 e 15. Fonte: Acervo pessoal

A revista elencou fatos, personagens e acontecimentos para construir a narrativa sobre o Festival, desde as primeiras menções durante as eliminatórias, até o espaço cedido para as reportagens. Um ponto ficou claro: a seleção foi realizada de forma estratégica e evidentemente com objetivos mercadológicos, visando o aumento na venda dos exemplares – especialmente através de estratégias estéticas, criativas e originais.

No âmbito da expressão, o consumidor deve produzir mensagens elementares que sejam compreensíveis e que contribuam para incrementar os níveis pessoais ou coletivos de criatividade, originalidade e sensibilidade; se apropriar e transformar produções artísticas, potencializando a criatividade e a sensibilidade estética (FERRÉS; PISCITELLI, 2015).

As cartas são compreensíveis pois trazem assuntos que foram apresentados pela revista em números anteriores ou que estiveram em alta no rádio e, mais massivamente na televisão - programas musicais, festivais, programas de auditório. Os leitores, no momento em que liam as cartas, se sentiam, de certa forma, representados, como se tivessem tido um espaço para suas vozes serem reconhecidas. Ao escreverem suas cartas, sem perceber, os telespectadores, mas também leitores, se tornavam críticos e queriam fazer valer sua opinião, como apresentamos no exemplo a seguir:

Gosto muito do programa A Família Trapo, dou sempre boas risadas com a maluquice de seus personagens. Mas, exatamente por gostar dêle é que faço esta crítica: o criador de texto está indo longe demais com as brincadeiras. Não é preciso fazer gestos pornográficos, como no caso de Golias, ou dar palmadas num homem adulto, como faz Zeloni, para conseguir arrancar risos dos espectadores. Um humor um pouco mais fino melhoraria ainda mais o programa, não acham? MARIA JOSÉ DA COSTA AGUIAR – SÃO PAULO, SP. Achamos sim, Maria José. O verdadeiro humor é aquele que apela para a inteligência do espectador e não para atitudes grotescas e até mesmo impróprias (INTERVALO, N 248, 1967, p. 24)

Não necessariamente originais, as cartas traziam o que estava sendo disseminado pela indústria do entretenimento televisivo brasileiro, mas de certa forma, carregavam certa sensibilidade e intimidade, como se, ao invés de falarem sobre artistas distantes, apresentadores de TV, estavam querendo saber de um amigo que morava longe, criticavam e elogiavam com o mesmo peso e medida que pediam o endereço de algum famoso, como nos exemplos a seguir:

Qual o endereço de Bibi Ferreira? MARIA ELISA SILVA – SALVADOR, BA. Escreva para a TV Tupi, Rua Catalão, 48 – São Paulo, SP”. Ou como neste outro caso: “Queria saber o nome verdadeiro de Ronnie Von, endereço e uma foto. LUCIENE MORENO – ARCOVERDE, PE. O Pequeno Príncipe chama-se Ronaldo Nogueira. Recebe cartas na TV Record, Av. Miruna, 713 – São Paulo, SP. (INTERVALO, N 248, 1967, p. 24).

A revista também anexou uma foto do cantor, conforme pedido pela leitora. Ambos os exemplos são da edição 248, da revista “Intervalo”, de 1967. Em outras ocasiões, as cartas não eram necessariamente de pessoas desconhecidas, mas também de famosos que usavam o espaço, por exemplo, para discordar de alguma cobertura feita pela revista, ou narrativa midiática criada pela televisão, como no caso, a seguir, da cantora Maricene Costa:

Nunca me ocorreu defender a música de Vera Brasil no Festival da Record porque sabia que a emissora não utilizaria cantores não contratados por ela, e sabendo disso, comprometi-me com o Festival da Canção do Rio. O que houve foi um mal-entendido com a música classificada na Guanabara (...). Fofoca é uma coisa do dia-dia de cada um, e sem sabermos ela funciona independente da gente. Acho

desagradável ter acontecido isso, porque sempre admirei Vera e Claudete e elas sabem muito bem disso. Ninguém me deve nada, muito menos a Vera, que se fêz sôzinha... – MARICENE COSTA – SÃO PAULO, SP. À cantora Maricene Costa uma única explicação: o relato da briga foi feito ao nosso repórter pela própria Vera Brasil. (INTERVALO, N251, 1967, p. 24).

A sensibilidade estética vem da aproximação que o leitor tem com a revista, que se comportava como uma conselheira, uma amiga que trazia todas as fofocas e notícias mais importantes, elevando a relação entre produto e consumidor para um âmbito também afetivo. No exemplo a seguir, é possível observarmos este aspecto, já que a leitora, confia na revista para perguntar sobre a vida pessoas de dois cantores:

É verdade que Wanderley Cardoso e Jerry Adriani são inimigos? Peço também seus endereços. LUCIENE BARBOSA SOARES – SALVADOR – BA. Olha, Luciene, os dois realmente já andaram de cara feia um com o outro. Agora, porém, parece que voltaram às boas. Pelo menos foi o que disseram, quando perguntamos. Endereços: Wanderley – Copacabana Discos, Av. Cásper Líbero, 58, 12 andar, São Paulo, SP. Jerry – CBS do Brasil, Av. da Liberdade, 1024, São Paulo.

Além disso, a revista utilizava das cartas dos leitores para criar e elaborar conteúdos para as próximas edições. Portanto, é possível afirmar que o espaço criado pela revista com a seção “Intervalo para Conversa”, além de gerar uma interação, era um espaço produtor de conteúdo, sejam as cartas, como a informação que era aproveitada pela própria revista para elaborar edições futuras. O fato de a “Intervalo” responder às cartas auxiliava na sensação de proximidade com seus leitores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A revista Intervalo contribuiu, de certa forma, para construir o público telespectador ao divulgar os programas mais importantes da época e, além disso, ajudou a fomentar o mercado das fãs, do histerismo com relação aos artistas e cantores. Apesar de tratar de assuntos tão leves e voltados para o entretenimento, a revista era pensada de maneira

estratégica para conquistar o mercado dos leitores e telespectadores da época, para isso contava com matérias ilustradas com muitas fotografias e promovia a troca de informações com o leitor nas seções de cartas.

É preciso ressaltar que a narrativa construída pela revista Intervalo estava amparada em técnicas da indústria do entretenimento da época, desde a criação de suspense com as fofocas, passando pelo aguçamento da curiosidade de seus leitores, nas pequenas notas, que só depois virariam reportagens, até a construção e supervalorização de alguns personagens. Além disso, o semanário conseguiu elaborar conflitos e dramatizar algumas situações, que construíram e fortaleceram o aspecto de narratividade da estória contada.

A utilização de recursos estéticos é inegável, e vai desde a diagramação das reportagens, passando pelo tamanho das fontes, até a significativa quantidade de fotografias – tanto preto e brancas, como coloridas. Estes recursos foram essenciais para a construção narrativa sobre o Festival. Noticiava-se um programa televisivo, ou seja, tinham que trazer para a forma estática – para o papel – o que antes estava em movimento, e só conseguiram fazer isso dando maior dinamicidade aos textos, títulos e fotos. Se observarmos, a maioria das fotos são “espontâneas” e isso contribui para a ideia de movimento. As imagens, juntamente com os textos e títulos, que na maior parte vinham em letras maiúsculas e em negrito, conseguiram dar o ar dramático à estória.

A originalidade da cobertura realizada pela revista “Intervalo”, que não somente fez uma cobertura jornalística de um evento midiático, mas também inovou na forma de se construir narrativamente histórias nas revistas brasileiras daquele período. Esta inovação passou pela criação de conflitos e o aproveitamento massivo de seções fixas, que deram voz à visão crítica da revista, aos leitores e aos artistas. É importante lembrar que a predominância do público leitor da revista era feminina e isso também ditou a forma de como escrevia sobre os cantores e artistas, mas também de como, em alguns momentos, utilizou-se das fórmulas melodramáticas para prender sua atenção.

Neste contexto e, com a realização da análise pautada nas dimensões apresentadas por Ferrés e Piscitelli (2015), pode-se concluir que no âmbito da expressão, o modo como público consumiu as informações disseminadas pela revista resultou nas cartas dos leitores, na seção “Intervalo para Conversa”. Nesse espaço de produção, os leitores trouxeram diversos assuntos entre eles: comentários sobre acontecimentos e reportagens de outras edições da “Intervalo”, solicitações de informações e endereços, opinião sobre determinado cantor, artista ou programa de TV.

Os textos das cartas são informais, compreensíveis e são capazes de gerar uma identificação com outros leitores que podem ou não, compartilhar da mesma opinião ou curiosidade, mas também são potenciais geradores de proximidade entre o público e a revista. Por fim, a sensibilidade estética tornou possível a construção da relação entre a “Intervalo” e seus leitores, a tornando portadora de um discurso de conselheira e amiga, elevando, assim, a relação entre produto e consumidor para o âmbito também afetivo.

REFERÊNCIAS

- BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, A. P.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. (orgs.). **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010.
- BORGES, Gabriela. **Qualidade na TV pública portuguesa: análise dos programas do canal 2**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2014.
- BUCKINGHAM, David. **Media education: literacy, learning and contemporary culture**. Cambridge: Polity Press, 2003.
- CASTRO, Laís de. **Depoimento**. Entrevistadora: Talita Souza Magnolo. São Paulo. 13 de maio de 2017.
- CORRÊA, Thomaz. S. **Depoimento**. Entrevistadora: Talita Souza Magnolo. São Paulo. 23 de fevereiro de 2017.

FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Alejandro. Competência midiática: proposta articulada de dimensões e indicadores. **Lumina**. v.9, n.1, p. 1-16, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3eQ78Km>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

FIGUEROLA, Jaime. **Depoimento**. Entrevistadora: Talita Souza Magnolo. São Paulo. 10 de maio de 2017.

HOBBS, Renee. The state of media literacy: A response to Potter. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v.3, n.55, p. 419-430, 2011. Disponível em: <<http://bit.ly/2vqD4DB>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

LIVINGSTONE, Sonia. **Making sense of television** - The psychology of audience interpretation. 2 ed. Nova York: Routledge, 2007.

MAGNOLO, Talita. **A construção narrativa do Festival de MPB de 1967 nas páginas da revista “Intervalo”**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p. 206, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/6634>>. Acesso em: 16. nov. 2020.

OLIVEIRA, Anne Cristine F. Conteúdo editorial versus conteúdo publicitário: literacia midiática e digital aplicada a blogs. **Revista Temática**, v.12, n. 8, p.215-225, 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/2zPiFL5>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

POTTER, James. **Introduction to media literacy**. 4. ed. Londres: SAGE Publications, 2016.

SCOLARI, Carlos. Transmedia literacy: informal learning strategies and media skills in the new ecology of communication. **Telos**, v. 193, n.1, p.1-9, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/1KtnZD>>. Acesso em: 17 jun. 2020.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

MAGNOLO, Talita S.; SIGILIANO, Daiana; MUSSE, Christina F.. Competência midiática e a revista Intervalo: uma análise das cartas dos leitores sobre o Festival de MPB de 1967. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 13, n. 2, p 39-56, 2020. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-5930.2020v13n2.53403>.