



Revista Guariroba¹

Marcellus I. Araújo PEREIRA²
Nathalya Soldan TOALIARI³
Carina Andrade BENEDETI⁴
Faculdades Alves Faria, Goiânia, GO

RESUMO

O trabalho experimental **Revista Guariroba** é um veículo de jornalismo cultural desenvolvido com linguagem literária e informativa, com espaço para o jornalismo gonzo. Aborda de forma plural, democrática e humanística a dinâmica cultural da região metropolitana de Goiânia. Desenvolvida no formato 14,8 x 21 cm, a revista é direcionada ao público que consome e participa das mais distintas vertentes e estilos de *modus vivendi* que compõem a cena cultural da cidade. O objetivo é renovar o gênero reportagem e a cobertura da área cultural produzida para quem vive na região, com uma proposta diferente dos veículos tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Cultura; Goiânia; Jornalismo literário.

1 INTRODUÇÃO

A **Revista Guariroba** é um trabalho experimental em Jornalismo que aborda a cultura da região metropolitana de Goiânia. O nome escolhido para a publicação é justificado pela carga simbólica da palavra, inerente ao público-alvo da região. Guariroba é um palmito, ingrediente culinário assaz familiar aos nativos e moradores de Goiás, um prato típico que é consumido em larga escala e já se tornou uma marca dos costumes e particularidades dos goianos.

O segmento de público ao qual a publicação se direciona é formado por pessoas entre 15 e 35 anos de idade, que consomem e trabalham com a cultura urbana de Goiânia.

O suporte de comunicação escolhido para fazer jornalismo cultural, a revista, possibilita usos variados de linguagem, principalmente a linguagem literária, que constitui alicerce para que as informações apuradas sejam tratadas de forma atrativa, plural e que estimulem a reflexão do leitor a respeito dos assuntos abordados. Além disso, a possibilidade

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, das Faculdades Alfa, Goiânia/GO. E-mail: marcellus.sigma@gmail.com

³ Estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, das Faculdades Alfa, Goiânia/GO. E-mail: nathalya.toaliari@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, das Faculdades Alfa. E-mail: carina.benedeti@alfa.br



de unir construções textuais que fogem do teor estritamente informativo — que têm dominado as publicações atuais, inclusive as voltadas ao universo cultural — com fotografias criativas que exploram ângulos e composições inovadoras e irreverentes, e um projeto gráfico arrojado, também pensado de forma livre, que esteja em consonância com o caráter dinâmico e jovial de seu conteúdo, também é mais viável se aplicada a esse suporte.

Permeando todo o fazer jornalístico aqui apresentado, o conceito que é mais adequado à construção do projeto é aquele que considera o jornalista um mediador, neste caso, mediador da pluralidade cultural existente no recorte espacial já descrito. Mediar é por excelência tarefa socialmente concedida ao jornalista, bem como a de produtor de conteúdo que assegure o direito dos cidadãos à informação de qualidade, seja ela de que âmbito for, inclusive cultural.

Victor Gentili (2005) postula que a democracia é fortalecida quando o jornalista exerce seu papel de mediador social, ao trabalhar a informação de maneira que forneça ao público as condições necessárias para o exercício de seus direitos e de sua cidadania.

Idealizada nas medidas 14,8 x 21 cm, a publicação visa explorar a portabilidade do meio de comunicação revista e também a possibilidade de ser colecionável, como a maioria das produções deste formato de que se tem conhecimento. O tamanho é atrativo e de grande adesão por parte dos jovens. Por ser pequeno, as páginas têm no máximo duas colunas, o que deixa a leitura mais dinâmica.

A falta de um veículo de comunicação que trate exclusivamente da vida cultural de Goiânia também motivou o projeto. Preencher essa importante lacuna editorial de Goiânia, e conseqüentemente do estado de Goiás, é o objetivo desta publicação.

2 OBJETIVO

O objetivo do produto é romper com a visão estabelecida de que a cultura de Goiás é estritamente rural através da retratação da diversidade cultural presente na sua metrópole. Outro objetivo é dialogar com o público-alvo, até certo ponto, de acordo com as suas crenças e valores, garantindo uma identificação primeira com o veículo, permitindo a reflexão sobre esses valores através da apreensão de outras realidades que funcionam sob uma lógica diferenciada.

A intenção também é a de preencher a lacuna abordada anteriormente, atendendo o público-alvo sobre assuntos que estão fora do agendamento midiático, não acompanhando a fabricação coletiva da mídia acerca de uma representação social. A proposta de cobertura da



Revista Guariroba, não contempla a abordagem dos mal-estares fabricados propositalmente para chamarem a atenção de jornalistas. Como explica Bourdieu:

Quase se poderia dizer que a enumeração dos ‘mal-estares’ que surgem no decorrer de semanas na imprensa apresenta, sobretudo, a lista do que se poderia chamar de ‘mal-estares para jornalistas’, isto é, aqueles cuja representação pública foi explicitamente fabricada para interessar aos jornalistas, ou então aqueles que, por si mesmos, atraem os jornalistas porque são ‘fora do comum’, ou dramáticos, ou emocionantes, e por isso comercialmente rentáveis, pois estão de acordo com a definição social do acontecimento digno de ser ‘manchete’ (BOURDIEU, Pierre. 1999).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Fomentar o aumento do consumo de produtos culturais – principalmente aqueles que têm produção própria de conteúdo e que pretendem gerar reflexão, seja de qualquer nível.

Há também a intenção de resgatar junto ao público-alvo, principalmente as pessoas mais jovens, um contato mais próximo com fontes de informação que não sejam tão somente a internet.

Indiretamente, um produto jornalístico que publiciza sistematicamente o movimento cultural da região poderá atrair visitantes de fora do local e gerar novas demandas internas.

3 JUSTIFICATIVA

A crescente diversificação cultural da cidade de Goiânia, decorrente de um recente processo de industrialização que propiciou o crescimento demográfico da região, gera uma nova dinâmica social caracterizada pela ampliação dos espaços de convivência, pelo aparecimento de novas manifestações e expressões artísticas, por hábitos de consumo mais influenciados pelo fenômeno da globalização e especialização das mensagens midiáticas para esse fim, pelo maior acesso a tecnologias.

Levando em consideração esse contexto, o **Revista Guariroba** surge como um veículo de comunicação genuinamente local, pronto a tratar – com base principalmente em referências jornalísticas do *New Journalism* – de assuntos da cidade através de uma abordagem que agregue a experiência local ao leitor.

Essa contribuição ao conhecimento público é feita por meio de reportagens, entrevistas, perfis e reportagens fotográficas que visam empregar uma apuração jornalística mais humanizada, com devida contextualização das informações e dados reunidos, interpretados de maneira a gerar sentido e a fornecer ao leitor um panorama coerente da realidade.

A proposta de criação de um veículo informativo de conteúdo abrangente que trate da temática cultural decorre da constatação de que a produção jornalística local tem uma cobertura superficial do tema, com caráter de agenda cultural.

A cultura da notícia rápida e simultânea ao acontecimento hoje se mostra ainda mais enraizada, devido à mudança na relação tempo-espço ocasionada pela evolução tecnológica. Mas, neste trabalho, para além dos relatos jornalísticos lineares, concebidos como sucessão de pontos,

O que se revigora, isso sim, é a importância do papel que cumprem, dentro do conjunto de relatos jornalísticos, aquelas experiências textuais que lidam com outros modelos de temporalidade ficcional [...]. Elas podem, conforme sua qualidade ou complexidade, perceptiva, operar como ponto de tensão e dúvida diante da própria concepção de tempo e velocidade, tal como ela se configura e realiza no cotidiano (VOGEL, 2005, p. 6).

As pautas de reportagens e dos textos em gonzo jornalismo são de cunho humanístico e buscam apresentar aspectos da vida cultural dentro do recorte espacial delimitado para a execução do trabalho. São assuntos sobre o movimento da sociedade e seus desdobramentos, as manifestações artísticas e culturais e personagens que ajudam a compor o cenário de Goiânia.

Com a proposta de renovação desse tipo de cobertura, o que se tem na **Revista Guariroba** é o gênero reportagem que mescla informação com elementos da narrativa literária. Propõe-se um trabalho experimental com a fotografia, preservando o caráter social da informação por ser um espaço para a visibilidade da pluralidade.

Na tentativa de tornar menos desigual a relação de influência entre jornalismo e sociedade, a preocupação constante na confecção da revista é deixar que a vida urbana evidencie os assuntos que muitas vezes estão escondidos, por meio da observação da vida na cidade, com olhar plural sem preocupação com os critérios de noticiabilidade já saturados pela maioria dos meios de comunicação regionais. O que se objetiva com isso é promover a diversidade com discussões sobre a cultura.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A **Revista Guariroba** é desenvolvida de forma a inovar, tanto por meio da linguagem textual quanto pela linguagem visual na apresentação do conteúdo, o que demanda, além da preocupação com a narrativa, uma criação gráfica e produção fotográfica que acompanhem o texto.



Investir em um design que, igualmente ao texto, comunique-se com o leitor é importante por tornar a revista mais interessante e mais fácil de ser lida. A linguagem visual que caracteriza o veículo usa de variações na tipografia, cores e diagramações por ser voltada a um público jovem receptivo a um nível de experimentalismo maior do que as pessoas que consomem veículos de visual mais conservador.

Os textos seguem a proposta do *New Journalism*, que permite que as informações apuradas recebam um tratamento mais criativo, do ponto de vista da exploração do vocabulário, das descrições e das narrativas que compõem uma reportagem.

O Jornalismo Gonzo foi criado e popularizado por Hunter S. Thompson. O gênero, que utiliza de forma específica a linguagem literária, também faz parte da **Revista Guariroba**.

O jornalista tinha sua própria maneira de escrever. Suas reportagens eram caracterizadas pelo envolvimento pessoal com aquilo que tratava. Defendia que era preciso viver as reportagens para poder escrevê-las.

Felipe Pena (2006) assim define o jornalismo gonzo:

[...] consiste no envolvimento profundo e pessoal do autor no processo de elaboração da matéria. Não se procura um personagem para a história; o autor é o próprio personagem. Tudo que for narrado é a partir da visão do jornalista. Irreverência, sarcasmo, exageros e opinião também são características do Jornalismo Gonzo. Na verdade, a principal característica dessa vertente é escancarar a questão da impossível isenção jornalística tanto cobrada, elogiada e sonhada pelos manuais de redação (PENA, 2006, p. 57).

No jornalismo gonzo, escreve-se em primeira pessoa, o que transmite ao leitor a sensação de participar do assunto, uma espécie de cúmplice. Retratando detalhes pormenorizados do fato, o texto do *Gonzo Journalism* tira o leitor do local da apuração e o leva à dimensão de reflexão a respeito do assunto. Pela evidente imersão do repórter, também fica claro ao leitor as impressões do jornalista, bem como as influências e intervenções que o repórter sofre ao apurar as informações (DESSBEL e TEDESCO, 2009).

O que se pode concluir, é que no jornalismo gonzo o foco é a experimentação do repórter ao apurar e executar uma determinada pauta. No jornalismo caracterizado como gonzo, a linguagem é consequência da inserção do repórter no processo de captação da realidade com objetivo de retratá-la em um texto, não consiste apenas em uma pauta divertida.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A guariroba é o coqueiro que fornece um palmito de gosto amargo, muito consumido pelos goianos. Também é conhecido por guereroba, guerora e gueiroba. O palmito é usado largamente na culinária típica goiana. A escolha do nome **Guariroba** se tornou apropriado porque é de fácil assimilação por parte dos leitores.

A escolha do público-alvo é tão importante devido à influência direta que ele tem: na escolha dos assuntos tratados pelo veículo – definição dos critérios de noticiabilidade apropriados; nas linhas gerais de abordagem dos temas; nos enfoques que as coberturas jornalísticas ganham; no tipo de interpretação predominante dos fatos e ideias; na linguagem, tonalidade e estilo com os quais os textos são trabalhados, em todo o processo de edição; no tratamento e escolha das imagens e em seu padrão gráfico. A identidade visual da revista também depende da audiência que ela busca atender.

Dessa maneira, a **Revista Guariroba** tem como seu público-alvo, no que diz respeito a aspectos gerais, jovens e adultos de ambos os sexos, entre 15 e 35 anos de idade, residentes em Goiânia e entorno, geralmente de classe média e com formação educacional. Essas são características prováveis de um público que consome a cultura latente produzida na cidade.

A segmentação específica é baseada nos hábitos comportamentais, de consumo e estilo de vida do público. Portanto, o projeto se direciona ao grupo social que se caracteriza por uma pluralidade no modo de pensar, vestir, comer e viver, mas que freqüentam os mesmos ambientes, isto é, indivíduos e pequenos grupos com posturas e ideias distintas que convivem no espaço da interferência mútua e na troca de conhecimento e que encaram o termo cultura como uma construção social em constante processo de mudança, com aspectos e formas diversificados. A referida interferência ocorre principalmente em eventos sociais de música, de expressões artísticas visuais, festivais de filme, teatro e música, mais comuns em Goiânia e entorno nos últimos 15 anos.

Parte integrante desse público são as empresas que atuam com esse mesmo alvo da **Revista Guariroba**: companhias locais de teatro, selos e produtoras de música, casas de eventos, lojas de roupas, calçados e acessórios.

Os aspectos culturais da sociedade presente na delimitação espacial são representados pelas pautas e fontes presentes neste trabalho. Personagens populares, produções e movimentos artísticos, assuntos diversos que fazem parte da cultura urbana de Goiânia.

A proximidade com o público-alvo, com seu universo de significados, é o critério de noticiabilidade que se faz mais presente no projeto. Os assuntos abordados são de natureza precível ou não, ou seja, são trabalhadas pautas “frias” e “quentes”, constando algumas reportagens e outras produções que não têm relação com fatos muito atuais. Isso é feito com a



cautela de não descaracterizar as produções como sendo genuinamente jornalísticas, pois em todas as execuções de pautas, a mediação de idéias, fatos e informações da sociedade que sejam de âmbito cultural, está presente.

Por ter páginas de tamanho reduzido, o produto final apresenta elevada quantidade de páginas, o que poderia deixar a leitura cansativa. Partindo desse pressuposto, o ideal planejado para a **Revista Guariroba** foi incluir em cada edição um trabalho de cada gênero daqueles que a compõem.

Assim, em cada número da revista há uma reportagem que alterna linguagem informativa e literária, uma entrevista, uma reportagem fotográfica, o perfil de um personagem da cena cultural da cidade de Goiânia, uma reportagem em jornalismo gonzo, uma sessão de notas, na qual são indicadas ao leitor obras fonográfica, literária e cinematográfica, desde que sejam produções goianas.

As editorias descritas acima transmitem pluralidade de conteúdo e diversidade de gêneros jornalísticos, o que contribui para manter o leitor atento e interessado na apreciação do material imagético e textual.

Para pensar o tamanho da **Revista Guariroba**, foram levados em consideração alguns fatores importantes: o fato de ser uma revista voltada para um público mais jovem; ter caráter acadêmico experimental; adotar uma linha editorial que valoriza a irreverência e a inovação; facilitar a portabilidade. Assim, foi convencionado o tamanho A5, ou seja, 14,8 x 21 cm.

Graficamente a vantagem está na possibilidade de diagramar os textos em duas colunas e, até mesmo, em apenas uma coluna de texto, o que aumenta a legibilidade da revista e a torna mais atrativa, por querer estabelecer diálogo com um público que não tem tanto interesse em textos que sejam cansativos a um primeiro olhar.

A interação entre texto e fotografia, tão explorada no jornalismo de revista, também é melhor fomentada com a medida escolhida para a **Revista Guariroba**. Em páginas pequenas e com menor número de colunas, as imagens ficam aparentemente maiores, o que aumenta a atração visual do material jornalístico.

Outra preocupação ao constituir a apresentação visual do produto é dar a ele o caráter de movimento e inconstância, visões de cultura humanas largamente exploradas nas pautas da revista. Além disso, a programação visual deve estar de acordo com a linguagem e tonalidade dos textos. E como neste trabalho o jornalismo é explorada principalmente a diversidade, é adequado que a diagramação de **Guariroba** demonstre certa irregularidade e contrastes, tanto de formas quanto de cores.

6 CONSIDERAÇÕES

Nelson Traquina (2000) trata a relação de influência entre jornalismo e sociedade não como uma via de mão única, mas como uma relação de troca, que se dá notadamente em níveis desiguais. A constatação da existência dessa relação mútua já é uma evolução da teoria do agendamento, constatação que muito auxiliou na fundamentação deste trabalho, ao concordar com o caráter democrático do perfil editorial pensado e executado para a **Revista Guariroba**.

Ao reportar a pluralidade cultural existente em Goiânia, o que se pode concluir é que a cidade é o espaço mais dinâmico já produzido pelo ser humano, onde vários *modus vivendi* coexistem, de maneira que formam um mosaico cultural. O resultado é um cenário extremamente variado, movimentado, que se transforma constantemente, sendo uma área de cobertura jornalística muito útil à sociedade, mas que é negligenciada por aspectos mercadológicos e por ideias pré-moldadas do papel essencial do jornalismo cultural.

Evidenciou-se a possibilidade de se conciliar informação, literatura, irreverência e inovação em um conjunto coeso, que teve a todo o momento a intenção de incitar a reflexão do leitor sobre o espaço em que vive, os bens simbólicos que consome e constrói, a dinâmica social da qual faz parte.

O que se pretendeu constantemente foi a elaboração e construção de um meio de comunicação que fizesse pequenos panoramas da efervescência cultural existente em Goiânia, que em longo prazo pudesse fomentar a visão da cidade como um território plural e em pleno desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Tradução de Fernando Tomaz. Lisboa: Difel; Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

DESSBESELL, Aline Thaís; TEDESCO, Fabiane Di Carli. Jornalismo Gonzo nas décadas de 1970 e 2000: Uma análise do Gonzo brasileiro de Tim Lopes e Arthur Veríssimo. Chapecó: (Monografia) - Universidade Comunitária Regional de Chapecó, 2009.

GENTILLI, Victor. Democracia de massas: jornalismo e cidadania: estudos sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

PENA, Felipe. Jornalismo Literário. São Paulo: Contexto, 2006

SCALZO, Marília. Jornalismo de revista. São Paulo: Contexto, 2004.



TRAQUINA, Nelson. O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra, Portugal: Minerva, 2000.

VOGEL, Daisi I. A Ficção do relato jornalístico. Trabalho apresentado no III Encontro da SBPJor - Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Florianópolis: Novembro de 2005.