

## **Revista digital - Contra Clichê.<sup>1</sup>**

Tawany Marry Brandão SIMÕES<sup>2</sup>

Bruna Carla GALINA<sup>3</sup>

Guilherme Luís TELÓ<sup>4</sup>

Mario Marques RAMIRES<sup>5</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

### **RESUMO**

A revista digital *Contra Clichê* tem como objetivo divulgar parte da cultura independente e alternativa de Campo Grande. Além de explorarmos essa questão, também nos aprofundamos no que tem sido feito artisticamente em Campo Grande, com o objetivo de divulgar de uma maneira eficaz o trabalho desses artistas ainda desconhecidos pela grande maioria do público. A proposta é promover e divulgar a cultura urbana / alternativa que possa servir também como um referencial para leitores e jornalistas e ainda proporcione informações que levam ao surgimento de novas pautas sobre cultura urbana / alternativa. Portanto todas as informações serão reunidas em um único endereço denominado [www.revistacontracliche.com.br](http://www.revistacontracliche.com.br) com opções de integração de diferentes mídias – áudio, texto e vídeo – para possibilitar ao leitor uma maior interação com a revista.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Revista; Jornalismo Cultural; Alternativo; Jornalismo Digital.

### **1 INTRODUÇÃO**

O jornalismo cultural que, segundo Piza (2008), surgiu em 1711 em Londres com a revista diária “The Spectator”, da qual participaram o irlandês Jonathan Swif e o inglês Daniel Defoe, teve sempre grande aceitação e influência tanto na Europa quanto nos Estados Unidos.

Essa variante do jornalismo chegou ao Brasil no final do século XIX, tendo como um de seus principais representantes o escritor Machado de Assis, que no início de sua carreira era crítico de teatro e polemista literário.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo digital – revista digital, jornal online etc. (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e recém-graduada do Curso Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: tawanyjor@gmail.com.

<sup>3</sup> Recém-graduada do Curso Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: brunagalinajor@gmail.com.

<sup>4</sup> Recém-graduado do Curso Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: guilhermeluistelo@gmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: marioamires@uol.com.br.

Nesses 200 anos, o jornalismo cultural vem passando por grandes transformações, principalmente quanto ao seu objeto de estudo. Com isso, o jornalismo cultural não está mais ligado apenas à literatura, artes plásticas e música erudita, passando a incluir também outros assuntos como moda, design, gastronomia, televisão, tecnologia e comportamento.

Com as facilidades abertas pelas novas tecnologias, surgem a cada dia novos veículos de jornalismo cultural, de grande e pequeno alcance nas mais diversas plataformas, como impressos, online e audiovisuais. Alguns deles com a preocupação de trazer ao público manifestações, visões, produtos e produtores culturais nem sempre focalizados pela grande mídia.

Nessa perspectiva, o grupo pretende explorar as possibilidades de um jornalismo sobre cultura urbana e alternativa, e suas relações entre o global e o local, tendo como ponto de partida as manifestações no âmbito campo-grandense.

Do ponto de vista jornalístico, nossa preocupação é com a qualidade da informação. Nesse sentido vamos buscar maior aprofundamento e contextualização dos temas tratados, tentando evitar o caráter meramente informativo e superficial das notas e agendas de serviço cultural, normalmente encontrado nessa área. Para isso pretendemos dar mais importância ao trabalho de reportagem, entrevista e à qualidade das fontes.

O projeto consiste, portanto, na criação de uma revista impressa também com versão online sobre cultura, moda e comportamento. Está sendo estudada também a possibilidade da criação de uma plataforma online para complementação de conteúdo.

O nome da revista, *Contra Clichê*, mais do que uma limitação indica a nossa preocupação em ir além dos lugares comuns e clichês recorrentes a que estamos acostumados a ver nos veículos midiáticos desta categoria. Queremos tentar um jornalismo cultural que vá além do que é feito no Estado, desenvolvendo um conteúdo dinâmico e com enfoque diferente dentro de nossas abordagens.

## **2 OBJETIVO**

Um dos objetivos propostos pelo grupo foi o de “contribuir para o desenvolvimento de um tipo de jornalismo cultural mais dinâmico e reflexivo do que o encontrado atualmente na mídia campo-grandense.”. O grupo notou que as mídias locais dão muito mais ênfase ao que é de fora do que ao que está sendo feito aqui dentro. A revista *Contra*

Clichê vem num rumo contrário ao que está sendo feito pelos veículos daqui, trabalhando apenas com fontes de Campo Grande e com pessoas que estão produzindo e ajudando a fomentar a cultura independente da cidade.

Também estava entre os nossos objetivos “encontrar novas possibilidades de tratamento dos temas culturais que permitam superar os clichês e lugares comuns mais recorrentes na mídia.”, por tratarmos de assuntos que costumeiramente não são tratados com profundidade na mídia local já estamos indo contra o clichê, porém em algumas matérias acabamos fazendo o que já foi feito em alguns outros estados, mas nunca feito em Campo Grande.

“Ampliar nossa experimentação em práticas jornalísticas pouco exploradas durante o curso, como em jornalismo cultural, de revista, design gráfico e recursos de web.”, esse item foi um dos que acreditamos ter alcançado o objetivo final que era o de fazer jornalismo de revista. Todos os membros do grupo não tiveram a oportunidade de trabalhar em uma revista e com a produção da Contra Clichê percebemos como funciona uma redação desse tipo de veículo na vida real. Além disso, exercitamos o texto mais literário, característica do jornalismo cultural.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Uma das principais motivações para o desenvolvimento da revista digital Contra Clichê foi o fato desse tipo de jornalismo sendo desenvolvido muito pouco em Campo Grande. Há algum esforço no que se refere a um jornalismo cultural mais reflexivo, mas ainda não existe nenhuma publicação voltada especificamente para o que fizemos. Ou seja, uma revista digital sobre cultura alternativa e urbana, moda e comportamento.

Com a criação da revista de cultura “Contra Clichê” queríamos noticiar e divulgar os movimentos culturais urbanos não tão explorados pela grande mídia campo-grandense. A criação desta publicação pretendeu incentivar a produção artístico-cultural na região e a valorização do que é feito nessa área, além de trazer a conhecimento do público informações a que pouco se tem acesso.

Como veículo, abordamos questões culturais alternativas e urbanas em segmentos como comportamento, moda, música, cinema, fotografia e design. Mostramos que é possível fazer um jornalismo cultural com um diferencial, um viés mais reflexivo e elaborado, com o uso de reportagens, entrevistas e ensaios fotográficos.

A imagem foi um dos carros-chefe da nossa publicação. Demos um toque mais emocional e intuitivo, fazendo o leitor refletir sobre as questões abordadas. Além de fazer uma abordagem diferente, construindo uma aura alternativa em torno de nossa publicação.

“Adotando a ideia de que uma boa imagem vale mais do que uma boa descrição. Com o avanço técnico das gráficas, as revistas tornaram-se o meio ideal, reunindo vários assuntos num só lugar e trazendo belas imagens para ilustrá-los.” (SCALZO, 2003, p.20 e p. 23)

Enquanto recém-graduados em jornalismo nós mostramos que é possível fazer uma publicação cultural diferente do que vemos em Mato Grosso do Sul. Saindo dessa parte folclórica e rural, tão divulgada no Estado, e entrando em uma linha da cultura mais alternativa e urbana, que costuma não ser devidamente abordada e noticiada pelos veículos locais.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O trabalho começou com uma pesquisa bibliográfica envolvendo livros, artigos, pesquisa, revistas, sites e blogs na área em que vamos trabalhar: jornalismo cultural e de revista. Além disso, vamos ler material que trata de cultura urbana e alternativa, moda, comportamento, reportagens, entrevistas, diagramação e fotografia.

Vamos desenvolver uma pesquisa com o nosso público-alvo visando descobrir o que mais lhe agrada, sua opinião e interesse pelos assuntos que vamos abordar.

A próxima etapa será a busca por pautas culturais, que serão produzidas para o veículo revista, ou seja, mais trabalhadas e com um enfoque diferenciado.

Com os assuntos e temas definidos, vamos à prática jornalística: escolher fontes e entrevistá-las, escrevendo matérias, fotografando e diagramando o nosso veículo, tudo com base em um conceito visual que ainda será definido.

Faremos reuniões semanais como nosso orientador, professor Dr. Mario Ramires, e coorientador (ainda a definir), para definição de pautas, conteúdo visual e correção de textos produzidos.

Além das matérias, entrevistas e ensaios fotográficos, nossa revista contará também com seções, que trarão pequenos textos, além de imagens, sobre assuntos relevantes e atuais na mídia cultural alternativa.

“A ideia era trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática, com todas as informações cuidadosamente pesquisadas e checadas.” (SCALZO, 2003, p.22)

Após a produção de todo o nosso conteúdo, estudaremos o melhor formato para a criação da revista e o número de páginas que ela vai ter. Vamos estudar conceitos de diagramação para que possamos fazê-lo sozinhos, dando uma identidade visual de acordo com os assuntos e temas trabalhados.

Estamos estudando a possibilidade da criação de uma plataforma online, site ou blog, para complementação de conteúdo. Ou seja, a revista por ter um espaço reduzido não pode trazer tudo o que encontrado durante a produção da matéria, logo um espaço na *web* expande as possibilidades do conteúdo, abrindo inclusive a chance de trabalharmos com integração de mídias e conteúdos que não cabem na revista.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

### **5.1 Período Preparatório:**

Durante a produção da revista *Contra Clichê* nós fizemos 27 reuniões com o nosso orientador o Professor Doutor Mario Marques Ramires. Além dos encontros com o professor, o grupo se reuniu entre si 36 vezes.

No período de preparação da revista, os integrantes do grupo consumiram muito material cultural, entre revistas, filmes, peças de teatros e shows das bandas e artistas que entrevistamos.

Além disso, nos inspiramos para o conteúdo do nosso projeto lendo revistas culturais de outros estados como: TPM, TRIP, Playboy, MAG., Marie Claire, Vogue, RG Vogue, Piauí,

Fizemos a leitura de obras que estão na revisão bibliográfica e o levantamento das pautas, logo após tiveram início as entrevistas e ensaio fotográfico. Depois começou a produção das matérias e por último, postamos todo o conteúdo da revista.

#### **5.1.2 Estrutura editorial da revista**

A revista é composta por sete editoriais (matérias, entrevistas, drops, indicações, blog, quem somos) todas com conteúdo próprio Além de uma seção para contato dos leitores com a revista.

### **5.1.3 Público-alvo**

O público-alvo de Contra Clichê são jovens que utilizam a internet como a ferramenta principal de comunicação e informação pertencentes às classes A, B e C. Há também os visitantes que não moram em Campo Grande ou já moraram que desejam saber como anda a cena cultural urbana da capital, além de pessoas que desconhecem os assuntos abordados na revista e que por curiosidade vão encontrar a Contra Clichê.

### **5.1.4 Periodicidade**

Trata-se de uma revista mensal visto que todas as matérias e fotos são produzidas sem colaboradores e para conseguirmos manter a profundidade das matérias.

### **5.1.5 Linguagem textual**

As matérias escritas para a Contra Clichê teve uma linguagem mais informal, clara e objetiva não deixando de valorizar os maneirismos presentes na cultura urbana/alternativa.

### **5.1.6 Editorias**

As editorias estão todas concentradas na parte superior da revista e basta o leitor clicar em cima delas para ter acesso aos conteúdos. Os nomes das seções foram preservados pensando nessa possibilidade do leitor não entender o que cada uma indica. Temos as seguintes sessões: Matérias, Entrevistas, Drops (são box's informativos com pequenas matérias), Indicações (dicas de lojas, bares e restaurantes), Blog (espaço para posts menores relacionado a assuntos livres), Quem somos e Contato.

A pretensão é que possua no mínimo uma matéria para cada seção, podendo esse número ser ultrapassado sem problemas, caso haja necessidade, já que um é o mínimo. A Contra Clichê conta com oito matérias, sete drop's, duas entrevistas, um ensaio fotográfico, e duas indicações.

### **5.1.7 Arquitetura da página**

A revista foi pensada para que o leitor possa ter o máximo de interação possível nas matérias e encontre o assunto desejado da maneira mais simples e rápida. O menu inicial ficou na parte superior da página, onde é encontrado todos os assuntos da revista. Basta apenas clicar em cima das seções que deseja efetuar a leitura.

Em “Entrevistas” o leitor encontra uma entrevista com um personagem relacionado a cultura urbana/alternativa.

A escolha dos entrevistados foi do consenso de todos, durante a reunião de pautas.

Em “Drops”, será publicado um material bem parecido com as matérias, porém sem a mesma profundidade. Os textos serão mais curtos como em um Box.

Em “Indicações”, damos dicas de lugares de Campo Grande como, bares, lojas, restaurantes e boates, com informações relacionadas aos locais e fotos para complementar o texto.

O espaço “Blog” é para post’s livres de diversos assuntos, como: moda, música, teatro e etc.

Por fim, os botões “Quem somos” e “Contato” onde contém uma breve descrição de cada um dos integrantes da revista com suas respectivas fotos e “Contato” é para que os leitores se comuniquem com a revista.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Durante o processo de produção da revista *Contra Clichê* o grupo pode perceber que nossos entrevistados ficaram muito animados com a perspectiva de um meio de comunicação, que vinha para difundir o trabalho deles. Muitas pessoas demonstraram interesse pela revista e até comentam nas redes sociais que aguardavam ansiosamente por ela.

O grupo acredita que o objetivo principal, o de fomentar ainda mais a cultura independente no estado e divulgar com profundidade o trabalho dos artistas independentes e alternativos de Campo Grande, foi cumprido com o lançamento da revista eletrônica *Contra Clichê*. A criação dessa revista foi, literalmente, um sonho realizado pelos integrantes do grupo, que pretendiam trabalhar em revista, com fotografia e jornalismo cultural.

As dificuldades que enfrentamos no decorrer da criação da revista serviram para nos ensinar o fazer jornalístico na vida real, além de possibilitar um novo tipo de estágio na área da revista, um caminho o qual nenhum dos integrantes do grupo tinha trilhado durante o período em que passamos pela faculdade, inclusive dentro da Universidade.

Com os poucos recursos financeiros envolvidos no desenvolvimento da revista eletrônica, facilitada pelo suporte web, *Contra Clichê* tem motivos suficientes para divulgar a nossa cultura e artistas que, infelizmente, ainda são deixados de lado pelos grandes veículos de comunicação de Campo Grande.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa: um curso sobre sua estrutura**. São Paulo: Ática, 1993.
- MASCARELLO, Fernando (org.). **História do Cinema Mundial**. Campinas, Editora Papirus, 2006.
- MEDINA, Cremilda. **Entrevista - O diálogo possível**. 5 Edição. São Paulo: Editora Ática, 1995
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 1 Edição. São Paulo: Editora Contexto, 2003
- PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006
- RAMALHO, José Antônio; PALACIN, Vitvhé. **Escola de fotografia**. São Paulo. Futura, 2004.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2 edição. São Paulo: Editora Contexto, 2004.
- VARGAS, Herom. **Reflexões sobre o Jornalismo Cultural Contemporâneo**. v. 4, n. 4, p. 17-25, 2004.
- Reportagem Especial: **Dener – O Estilista Luxo**. Disponível em: <<http://www.closetonline.com.br/noticia/jornalismo+de+moda/Especiai%20/5807/Reportagem+Especial:+Dener+%E2%80%93+O+Estilista+Luxo>>. Acesso em: 20/08/2011.
- Reportagem especial: **Moda**. Disponível em: <[http://www.polodemoda.com.br/admin/noticias/arquivos/d64b813d67a5a7036e937e22e8c207189\\_arqui.pdf](http://www.polodemoda.com.br/admin/noticias/arquivos/d64b813d67a5a7036e937e22e8c207189_arqui.pdf)>. Acesso em: 02/07/2011
- FIGUEIREDO, Rúbia Medeiros. **Revista Bravo!: estudo do comportamento do jornalismo cultural frente às pressões do mercado**. Artigo resultante de Dissertação de Mestrado em Comunicação Social: Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), 2005. Disponível em: <<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/discentes/art/artigo-0039/>>. Acesso em: 05/05/2011.
- FREIRE, Marcelo e LOPEZ, Debora. **O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>>. Acesso em: 13/06/2011

GUERRA, Vanessa Calvo. **WOODSTOCK EM REVISTA: Jornalismo cultural e contracultura**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/50737401/WOODSTOCK-EM-REVISTA-Jornalismo-cultural-e-contracultura>>. Acesso em: 26/04/2011

Ancine. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>>. Acesso em: 02/07/2011.