



Crivo: revista digital de crítica, arte e cultura¹

Michel de Oliveira Silva²
Fernanda Manuela Cruz Carvalho³
Larissa Ferreira Santos Lima⁴
Lilian Cristina Monteiro França⁵
Universidade Federal de Sergipe, UFS

RESUMO

O presente trabalho apresenta o planejamento editorial e gráfico da revista Crivo, publicação digital sobre crítica, arte e cultura, apresentada como trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe. Explora as múltiplas possibilidades proporcionadas por este tipo de suporte, como a utilização de hiperlinks e a inserção de áudio e vídeo, o que permite desenvolver um produto editorial dinâmico e interativo. A revista tem como objetivo preencher a lacuna deixada pelos veículos que circulam no estado, no tocante à cobertura do campo cultural. Para isso, apresenta ao leitor textos críticos e reflexivos e um planejamento visual diferenciado.

PALAVRAS-CHAVE: revista digital; jornalismo cultural; planejamento visual; convergência digital.

INTRODUÇÃO

As revistas são veículos midiáticos periódicos que se caracterizam, basicamente, pela união de três elementos: texto, linguagem e aspecto visual. Por abordarem assuntos específicos, elas atingem um público segmentado, ajudando a criar identificações entre estas e o seu leitor. Desde as primeiras publicações, por volta de 1663, as revistas já possuíam a finalidade de ampliar o conhecimento e gerar opiniões acerca de determinado assunto ou tema, sendo direcionadas a um público que compartilhava de valores e interesses semelhantes.

No Brasil, a história das revistas iniciou-se em 1812, após a idealização de *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*. Com este primeiro passo, muitas outras foram surgindo, com edições que duravam poucos meses ou anos, mas sempre apresentando novos estilos e conteúdos, a exemplo de *O Cruzeiro* (1928) e *Realidade* (1966), que fizeram

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na categoria Jornalismo, modalidade Jornalismo Digital (avulso).

² Aluno líder do grupo. Graduado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: mytchells@gmail.com.

³ Graduado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: larafiona@gmail.com.

⁴ Graduado em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: fernandavalentim23@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social, email: lilianfranc@uol.com.br.

sucesso na época de seu lançamento e são consideradas marcos editoriais. A primeira pelo refinamento de suas publicações e a segunda por investir em grandes reportagens, através de textos que se enquadravam no “*new journalism*”, popularizado pela norte-americana *The New Yorker*, durante a década de 60.

Hoje, com a ampliação do alcance das novas tecnologias, as revistas sofreram modificações e ganharam outros formatos. Muitas agregaram os princípios do *webjornalismo* - como hipertextualidade, interatividade e convergência - e passaram a ser publicadas em ambientes online, com a vantagem de o leitor poder acessá-las através de computadores ou dispositivos móveis. Assim, a venda em banca e a assinatura de veículos impressos passaram a disputar espaço com esses novos meios de publicação.

Diante dessas questões, este trabalho visa apresentar uma nova proposta editorial para o mercado sergipano, que carece de publicações em formato de revista, sejam elas impressas ou digitais, que apresentem conteúdos diferenciados para o leitor. Além disso, esse trabalho perpetra uma discussão acerca do jornalismo cultural que é feito atualmente, cujo conteúdo não mais se caracteriza pela geração de opinião e disseminação de ideias entre os leitores, mas pela divulgação de eventos e agendas culturais.

2 OBJETIVO

Em virtude da ausência de meios digitais voltados para o mercado local, a proposta deste trabalho é apresentar uma revista com foco na crítica, arte e cultura, abordando estilos e comportamentos, eventos e ações culturais, bem como a discussão de pautas que são deixadas de lado por outros veículos de comunicação.

Além disso, a revista visa proporcionar ao leitor um conteúdo de qualidade, desmistificando o jornalismo cultural como algo voltado apenas para o entretenimento e diversão, através de uma linguagem menos factual, apostando em matérias e reportagens mais ousadas e elaboradas, com textos que instiguem o pensamento crítico e estimulem a circulação de opiniões.

Para isso, a linha editorial contará com perfis de artistas locais; reportagens especiais; matérias de interesse; artigos opinativos; críticas e resenhas; sugestões de produtos culturais, tais como livros, discos e filmes; ensaios fotográficos.

3 JUSTIFICATIVA

Na imprensa sergipana, há uma carência de revistas que se comprometam em estabelecer uma identidade com o seu leitor, sobretudo no que diz respeito aos conteúdos culturais. Afinal, o que se nota é uma pequena quantidade de meios que, além de não apresentarem uma periodicidade contínua, pouco retratam o contexto urbano e contemporâneo da sociedade.

Em todo o mercado editorial de revistas impressas, existem cinco revistas de caráter exclusivamente comercial: *Acesso News*, *Aracaju Magazine*, *Revista Em Foco*, *Revista Ícone* e *Perfil*. Há ainda a revista *Zé*, uma publicação que abrange todo o Nordeste e cujo conteúdo também é gerado através de pautas produzidas no estado de Sergipe.

Ao analisar estas revistas, pode-se perceber que todas possuem características semelhantes no que tange ao uso do termo “cultura”. A *Aracaju Magazine*, por exemplo, possui o seguinte *slogan* em sua capa: Moda-Turismo-Cultura-Sociedade. Entretanto, ao observar suas matérias vemos que, assim como em outras revistas, a cultura se resume a uma editoria mesclada com propagandas turísticas da cidade e a apresentação de eventos.

Essas revistas possuem periodicidade irregular. A *Aracaju Magazine*, *Em Foco* e *Ícone* dificilmente são encontradas nas bancas e versões online são inexistentes. Já as revistas *Perfil* e *Acesso News* possuem endereços eletrônicos (www.revistaperfil.com.br e www.acessonews.net), porém com vários atrasos na atualização dos conteúdos publicados. Quanto às produções digitais, há uma carência ainda maior, pois no estado essas versões são praticamente inexistentes, com exceção da revista *E-Música* feita para o portal de notícias *Infonet* (www.infonet.com.br/musica).

Neste cenário, há uma demanda de público reprimida que não tem seu interesse, enquanto consumidor de produtos midiáticos, suprido. Torna-se necessário pensar uma publicação que satisfaça aos interesses dos leitores, através de matérias, reportagens, entrevistas e textos opinativos que contextualizem as produções culturais e situe o leitor dentro de um universo de conhecimento local pouco explorado. Tal necessidade pode ser explicada nas palavras de Rivera (2003, p. 11):

[...] el mejor periodismo cultural es aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad (tal como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera), apelando para ello a un bagaje de información, un tono, un estilo y un enfoque adecuado a la materia tratada y a las características del público elegido.

Essa demanda latente também não consegue ser suprida pelos jornais locais, uma vez que os conteúdos não são satisfatoriamente explorados e não há o cuidado de produzir textos jornalísticos atrativos para este público. Ao contrário do conteúdo publicado em jornais - que se destinam a fazer notas breves sobre eventos culturais ou matérias informativas - a revista, por tradição, permite que se explorem novas vertentes e novas formas de se trabalhar o texto e as pautas, como argumenta Vilas Boas (1996, p.34):

Numa revista, os critérios de clareza, ritmo, realce, ênfase é que determinarão, como já foi dito, a escolha que deve ser feita em um contexto determinado. Como qualquer outro texto, o de revista se caracteriza pela correção gramatical. Mas tem também o sentido de informação e, por que não dizer, de entretenimento. Um lazer que mistura sedução, necessidade de haver personagens, “espetáculos” etc.

A revista apresentada neste trabalho se destina, portanto, a produzir textos diferenciados – ligados à crítica, arte e cultura – e desenvolver na sociedade o interesse pelo jornalismo cultural. Afinal, as revistas foram o meio onde, historicamente, esse tipo de jornalismo conseguiu se manter e construir sua identidade, como expõe Piza (2003):

Quem continuou a desempenhar papel fundamental no jornalismo cultural foram as revistas, incluindo na categoria os tablóides literários semanais ou quinzenais. Em todo momento de muita agitação intelectual e artística do século XX, em toda cidade que vivia efervescência cultural, a presença de diversas revistas – com ensaios, resenhas, críticas reportagens, perfis, entrevistas, além da publicação de contos e poemas – era extensiva.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista foi diagramada através do software de editoração *Adobe Indesign CS5*, explorando as potencialidades do suporte, através da inserção de recursos interativos, como *hiperlinks* e arquivos de áudio e vídeo. As reportagens, matérias e colunas são complementadas com conteúdos online, com destaque para a seção *Bula*, onde a imagem de cada indicação contém um link com maiores informações ou ainda o mapa de como chegar às indicações da seção *Rota*.

Os recursos de inserção de áudio e vídeo foram aperfeiçoados no programa de editoração *Adobe Indesign CS5*, que permite exportar o arquivo final como um PDF interativo, possibilitando que os arquivos estejam vinculados à revista, sem a necessidade de links externos. Para visualizar os conteúdos é necessário, como requisitos mínimos, ter instalado no computador a versão 9.0 do *Adobe Reader*, considerado o leitor de PDFs mais utilizado em computadores domésticos.

Esses recursos são, sem dúvida, o grande diferencial da *Crivo*. Afinal, mesmo nas publicações que circulam exclusivamente no meio digital, essas novas ferramentas ainda não foram incorporadas ou exploradas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O nome *Crivo*, cujo significado principal é peneira, representa a separação do todo, um filtro contra um universo limitado onde modismos, tendências, e o “novo” são discriminados e negados por aqueles que sobrepõem e só reconhecem distinção na cultura carimbada por críticos e curadores. Neste ponto é que, baseado numa realidade de misturas, exageros, caos e excesso de informações surge o questionamento que deu origem a revista: onde se encaixa esta cultura na atualidade? Onde está o limite que distingue o *Cult*, o *Kitsch*, o *Out*, o *In*?

Figura 1. Capa da Revista Crivo



A *Crivo* - que pode ser acessada online, através do link no [ISSUU](#); ou fazendo o download no [4shared](#) - tem como proposta aproximar o leitor das produções artísticas e culturais, tanto locais quanto globais, fazendo com que ele seja participante dos processos de criação através de suas indagações e questionamentos. Para isso, a cultura é entendida aqui como o conjunto dos símbolos, mitos e imagens próprios do cotidiano prático e

imaginário do leitor. E as reflexões sobre arte, música, cinema ou literatura são realidades que permeiam o cotidiano das pessoas assim como política ou economia.

Feita para um público eminentemente urbano e metropolitano, a revista *Crivo* possui 64 páginas, onde abertas têm formato *widescreen* facilitando a leitura em tela cheia. A linha editorial faz um resgate do jornalismo cultural feito através da análise do meio e da formação de opinião. Além disso, possui um caráter inovador, não só por seu formato digital, mas pela escolha dos elementos gráficos e textuais utilizados. Para a criação desta revista optou-se por não produzir grande quantidade de matérias informativas, priorizando os textos opinativos e críticos. Além disso, cada matéria foi diagramada de acordo com padrões próprios, sem a adoção de formas únicas. Já a escolha do suporte digital, proporcionou o uso de hipertextos e experimentalismos que não seriam possíveis no meio impresso.

5.1. Projeto Editorial

No caso da revista *Crivo*, os conteúdos giram em torno de temas culturais, como cinema, literatura, música e artes plásticas. Para isso, o projeto editorial investiu em textos opinativos sobre esses temas, bem como em matérias e reportagens sobre tendências culturais. As seções da revista foram nomeadas de forma criativa, o que denota sua disposição à inovação. Como exemplo, podemos citar a seção *Manifesto*, destinada ao editorial, e a *Bula*, que traz as indicações da revista através de um texto escrito de forma similar à bula de remédio.

5.2. Projeto Gráfico

O layout da *Crivo* é inovador. Através da não existência de colunas fixas e padronizadas, a revista cria uma metáfora do universo do *homo urbanus*: confuso, indefinido, sujeito as mais diversas tendências, transformações e representações. Assim, o projeto gráfico idealizado prioriza o desprendimento do rigor, da geometria linear e a valorização do branco nos textos. A revista é composta por 04 (quatro) reportagens e 11 (onze) seções fixas:

BULA: indicações de filmes, livros e discos em formato de bula de remédio;

ROTA: indicações de restaurantes, bares e cafés, através de uma breve descrição, endereço e horário de funcionamento;

PITACO: seção opinativa sobre o perfil do público ante as produções atuais;

CONCEITO: página destinada à conceituação e discussão de determinado tema;

PAUSA: dedicada à publicação de resenhas;

INQUÉRITO: seção de entrevista;

ENSAIO: reservada para a publicação de ensaios fotográficos ou portfólios de artistas;

FICÇÃO: seção literária;

MEMÓRIAS: crônicas, recordações e histórias pessoais;

TUTORIAL: página do “faça você mesmo”;

PARÊNTESSES: crítica de espetáculos e exposições;

PSEUDO-CRÍTICA: coluna opinativa sobre temas atuais.

Tanto o uso das cores, como a escolha das fontes, não obedecem a um padrão rigoroso. Cada página contém cores e fontes específicas que “conversam” com o conteúdo textual, mantendo uma unidade entre texto, imagens e composição gráfica, estabelecendo assim uma identidade marcante em todas as páginas, mas com o cuidado de se evitar excessos. Para dar unidade, a fonte utilizada nos textos é a mesma em toda a revista, optando pela tipografia *Arial*, fonte sem serifa que confere um ar mais arrojado e limpo à publicação.

O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso, ele possui a qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então, há pelo menos duas leituras: uma gráfica e outra textual. (SILVA *apud* CAETANO, 2008, p. 9)

Desse modo, definiu-se a interação entre a leitura textual e visual, e a identificação imediata com o público-alvo, como determinantes para o arranjo gráfico e ao próprio discurso gráfico.

5.3. Sustentabilidade

No caso da revista apresentada neste projeto, por se tratar de uma edição experimental, não houve participação de verba publicitária e parte dos anúncios utilizados foi meramente ilustrativa. Contudo, à medida que a revista ganhe status comercial e credibilidade perante os leitores, o próximo passo é a criação de parcerias com anunciantes, assim como ocorre no meio impresso.

[...] o modelo de receita que melhor se adaptou ao mercado jornalístico online foi a venda de espaço publicitário. O conteúdo pago também pode ser utilizado como fonte de receita complementar, mas há um consenso na internet de que os usuários não estão dispostos a pagar para acessar informações sem necessitá-las. Porém, aceitam a cobrança em conteúdos segmentados e que sejam de seu extremo interesse. (SOUZA, 2005)

Em longo prazo, levando-se em conta o contexto socioeconômico e cultural do público leitor, é possível que a revista seja comercializada através de assinaturas digitais ou da venda de aplicativos - como ocorre com o *iPhone*. Hoje em dia, alguns jornais apostam nesse novo tipo de jornalismo, mas os resultados ainda não são satisfatórios (no Brasil, por exemplo, há o questionamento de que o internauta paga caro por serviços de banda larga para ter acesso à internet, então por que também pagar pelos conteúdos?). Apesar de em alguns veículos o número de leitores ter apresentado uma queda, pode-se citar como principais exemplos o norte-americano *The Wall Street Journal*, o francês *Le Figaro*, o alemão *Berliner Morgenpost* e os brasileiros *Zero Hora* e *Correio Braziliense*.

6 CONSIDERAÇÕES

Assim, além de levar discussões culturais para um público mais exigente e carente de tal editoria, a revista visa propiciar novas formas de expressão, através de um design diferenciado. Proporcionando a satisfação no leitor, que encontrará em um único veículo informação e entretenimento, discussões e debates críticos, através de um produto sem custos iniciais e disponível na internet para ser acessado ou baixado a qualquer tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAETANO, Paulo Francisco. **Um Diálogo Visual: a importância do ensino de planejamento visual gráfico na formação de profissionais da comunicação**. Revista Esfera, janeiro/julho de 2008

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural**. 3ª ed. Buenos Aires: Paidós, 2003

SOUZA, Gelson. **Convergência do jornalismo e da publicidade online**. Observatório da Imprensa, 10 de maio de 2005. Mídia & Mercado. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=328DAC002>. Acesso em: 20 de novembro de 2010.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.