

Revista Cajá¹

Isabela Dias Melo, PEREIRA²

Clenon Ferreira dos Santos, JUNIOR³

Isabela Brunharo, NEGRINI⁴

Victoria, ACERBI⁵

Salvio Juliano, FARIAS⁶

Pontifícia Universidade Católica de Goiás

RESUMO

A Revista Cajá é um veículo jornalístico cultural resultado de um trabalho experimental desenvolvido para retratar a cultura goiana e debate-la nas diversas esferas da sociedade. Promove de forma acessível e democrática o diálogo entre a cultura regional e o cenário mundial globalizado. Elaborada no formato é 20,2 x 26,6 cm, a revista é direcionada a um público misto, onde se encontrará eco entre jovens adultos, sobretudo os universitários, que desejam se informar sobre cultura de forma profunda e analítica. O objetivo fundamental é democratização da cultura na região, no sentido mais amplo da palavra, com a utilização de uma linguagem clara e uma abordagem jornalística inovadora frente mídias tradicionais.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Jornalismo Cultural; Goiás; Projeto gráfico-editorial.

1 INTRODUÇÃO

A **Revista Cajá** é um trabalho experimental em Jornalismo que retrata a cultura local por meio de uma linguagem próxima ao público. O nome escolhido para a publicação se deve ao simbolismo da palavra, que é reconhecido pelo público-alvo da região. Cajá, também conhecida como Cajá-Manga, é uma fruta muito apreciada pelos goianos, de cor amarelada ela possui uma polpa suculenta de sabor relativamente azedo - faz parte da culinária local e é consumida por todos sem distinção de classes.

A inspiração fundamental para formulação do conceito da revista surgiu a partir do diálogo, que teve base formadora na proposta dos Estudos Culturais, onde se têm a

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-oeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2013

²Aluno líder do grupo e estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: isabela.diasmelo@gmail.com

³Estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: clenonf@gmail.com

⁴Estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: ibnegrini@gmail.com

⁵Estudante do 8º semestre do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: vicacerbi@gmail.com

⁶Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação, habilitação Jornalismo, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: salvioj@gmail.com

valorização da cultura produzida fora dos eixos hegemônicos. Goiânia se enquadra nesse caso, é periferia do Brasil, que por sua vez é periferia do mundo desenvolvido e ocidental, mas é certo que é produzido uma cultura genuína, pois a partir do momento que se mistura com o que vem de fora, cria-se algo único.

De acordo com o historiador e antropólogo alemão Hans Belting, há uma nova “arte global”, artistas já não surgem ou se estabelecem apenas nos grandes centros, como Europa e Estados Unidos. Eles agora chegam de todo canto e podem dominar qualquer cenário. Isso acontece tanto em continentes quanto em nações, regiões e cidades. A periferia, ao menos no âmbito cultural, é neste momento – também - o lugar central.

Outro ponto importante na proposta da publicação é fugir da problemática que envolve a produção do jornalismo cultural, que segundo Daniel Piza (2003) se resume na entronização do pop (acentuada atenção ao que vende, como música sertaneja, filmes blockbusters, comentários sobre novelas e vida de celebridades), e na fixação com a agenda (repórteres e editores se tornaram reféns das agendas de eventos). A **Revista Cajá** busca exatamente fugir dessas armadilhas, e não aposta nos clichês habituais dos cadernos de cultura. Ao contrário, tenta romper com a abordagem das tradicionais mídias locais.

Foi definido como público – alvo um segmento misto, onde se encontrará eco entre jovens adultos, sobretudo os universitários. Idealizada nas medidas 20,2 x 26,6 cm, de acordo com as principais publicações de cultura do país, o periódico visa explorar a portabilidade do meio de comunicação revista. A **Revista Cajá** é uma revista mensal e conta com as editorias/seções de música, artes visuais, teatro e dança, literatura, e cinema.

Informação e opinião estão dispostas ao longo da revista de forma interativa, com uma carga intelectual acessível para abarcar com propriedade o tema, apostando nos códigos visuais de diagramação, como tentativa de seduzir o leitor. A revista associa-se literalmente a democratização da cultura, no sentido mais amplo da palavra, por isso adota-se diversos gêneros jornalísticos para que o leitor compreenda e transforme a mensagem do texto em um material cognitivo satisfatório que contribua para seu crescimento intelectual.

2.OBJETIVO

O objetivo do produto é retratar o cenário cultural goiano com uma visão diferenciada, rompendo com os velhos estigmas que subestimam a cultura regional, caracterizando-a de forma limitada. O que se vê atualmente nos meios de comunicação de Goiás são informações que restringem a cultura regional à condição de mercado e/ou lazer, e muitas vezes, na condição de mero entretenimento.

A **Revista Cajá** prioriza publicações que, geralmente, não são noticiadas pela grande mídia. Assim, um outro objetivo é dar abrangência ao cenário cultural goiano que não se resume apenas ao rural, retratando os processos de criação de uma cultura em constante movimento. Dessa forma, o diálogo com o público-alvo é de total importância para que sejam retratadas as diversas faces da produção cultural.

A intenção também é de aproximar a cultura global e a periférica. Uma vez que Goiás está enquadrado na dita “periferia”, meios de comunicação de circulação nacional lançam um olhar sobre as produções artístico-culturais quase sempre alteradas por fatores externos, visionados pelos chamados “valores-notícia” do jornalismo padrão.

“Atenta ao que ocorre nos intercâmbios entre o global e o local, a pesquisa não pode ser nem um rol de conquistas da globalização nem um catálogo de resistências, o que limitaria seu êxito ou anunciaria seu fracasso. De acordo com o que agora sabemos de globalização, parece melhor concebê-la como um processo com várias agendas, reais e virtuais, que estaciona em fronteiras ou em situações translocais e trabalha com sua diversidade (CANCLINI, 2003, p.47)”.

É na discussão sobre globalização e fronteiras culturais que Canclini (2003), afirma que há mudanças da simbólica e da visualidade urbana em algumas cidades latino-americanas. Tratar de entender que papel desempenham os imaginários sobre a globalização a par dos processos duros de interdependência econômica e política é de total importância para compreender a relação entre subcultura, periferia e centro.

Ao mesmo tempo em que redefine a conceituação do global, a revista objetiva indagar de quais maneiras o sentido do urbano e da cidadania é reformulado nas assim chamadas cidades globais. Dessa forma, outro objetivo é fomentar o aumento do consumo de produtos culturais. Um contato mais próximo com o público-alvo faz com que haja um resgate a produções culturais, principalmente as que objetivam gerar reflexão acerca das problemáticas enfrentadas pela cultura ao longo da história.

3 JUSTIFICATIVA

No decorrer das últimas décadas, Goiânia deixou de ser uma capital sem grande influência e tornou-se uma metrópole consolidada nos eixos econômicos e políticos do País. Com a recente revolução tecnológica, novas dinâmicas culturais e sociais sobre cultura

foram postas nos centros das discussões. O resultado é o aparecimento de diferentes manifestações e expressões artísticas, influenciadas pelos processos de globalização.

Neste contexto social e histórico, a **Revista Cajá** surge como um veículo de comunicação essencialmente local, pautada nos Estudos Culturais, comprometida em retratar as diversas formas de expressões artístico-culturais, produzidas no Estado. Encontraremos nas ruas, no contato direto com a sociedade, e no movimento de ideias que impulsiona o surgimento de novas formas de comportamento, as pautas desta revista.

Segundo RIVERA(2003), o jornalismo de cultura se caracteriza como uma zona muito complexa e heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam, com propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgatórios os terrenos das “belas artes”; as “belas letras”; as correntes do pensamento; as ciências sociais e humanas; a chamada cultura popular - e muitos outros aspectos que se relacionam com a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. (RIVERA, 2003: 19).

No entanto, ainda existe uma grande parcela da sociedade brasileira que vê a cultura, e conseqüentemente o jornalismo cultural, como algo amedrontador. A **Revista Cajá** pretende percorrer justamente esse caminho de quebra de paradigmas, citado por Rivera, com o objetivo de promover uma democratização da cultura, por meio de um jornalismo cultural que seja de acesso ao grande público, liberto do estigma de intelectualidade somente para uma pequena elite, ou grupo social específico.

Este novo modelo de cobertura jornalística, pretendido pela **Revista Cajá** cumprirá o papel de promover o debate sobre cultura, e mais do que isso, proferir relações entre o meio cultural e as outras esferas da sociedade. Pois no mundo globalizado, os meios de comunicação se tornaram a principal fonte de informação da sociedade.

Ainda que a comunicação interpessoal tenha o seu papel e as redes sociais penetrem cada vez mais na vida das pessoas, ainda é difícil que um grande número de pessoas fique sabendo de um acontecimento somente por meio de conversas com os seus familiares, amigos, colegas de trabalho ou contatos virtuais.

A hipótese da teoria do agendamento realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos mass media, e as experiências em primeira mão, pessoal e diretamente vividas pelos indivíduos (WOLF, 2003, p. 146).

Portanto, o periódico objetiva lançar luz sobre temas esquecidos ou ainda não tratados pela grande mídia, fazendo com que o assunto passe a “existir” e ter significado

para o leitor goiano. Já que para um fato ser conhecido pela sociedade, especialmente nos grandes centros urbanos, é vital que ele transite nos meios de comunicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A linguagem textual da **Revista Cajá** está comprometida com uma narrativa que compreende o estilo magazine. Outra preocupação foi quanto à produção gráfica, que mesclou uma apresentação visual como efeito de complementação do texto e satisfação estética.

Na diagramação, optou-se por um estilo minimalista, onde foram utilizados vários tipos de tipografias, mas que juntas, facilitaram a leitura dos mais diversos públicos. As cores e a diagramação como um todo, foram voltadas para um satisfazer um público misto, mas que prioriza a comunicação entre texto e imagem, com leveza e sutileza.

O público-alvo escolhido é de extrema importância para a decisão dos recursos visuais e textuais da revista, tendo em vista que a satisfação do público é o objetivo da revista, e o mais importante, norteador das ações adotadas. A segmentação escolhida se deve aos padrões comportamentais do público universitário, que encara a cultura de forma mais aberta, em um espaço de intensas trocas de conhecimento e modos de vivências diversificadas.

No jornalismo magazine, utilizado na publicação, o jornalista tem a liberdade de expor o ponto de vista, um critério presente em toda a matéria e essencial para o deslanche da reportagem, que é o principal texto da revista. No entanto, é válido ressaltar que ponto de vista não é opinião jornalística, cabe apenas a definir um propósito (não necessariamente explícito) de propor alguma coisa para o leitor.

Segundo Vilas Boas (1996), o ponto de vista é primordial ao desenvolvimento do texto. Quando se escreve o pensamento se encarrega de transferir noções (lidas ou vividas) analisadas, transformadas e redistribuídas no discurso escrito. A angulação é o “rumo”, a escolha de uma ou várias “nuances” do fato. O ponto de vista configura-se nesse sentido como sendo “a moral da história”.

Os cadernos de culturas dos jornais, assim como suplementos, aproximam-se mais do estilo magazine. Cinema, música, artes plásticas, vídeos, livros, ensaios e TV são assuntos que normalmente tem leitores cativos. Apesar disso, na escala de valores já proposta, esses assuntos são menos importantes no cotidiano do que, por exemplo, política e economia (VILAS BOAS, 1996, p.85).

Apesar dessa incorporação dos jornais diários com a linguagem do estilo magazine, os leitores recorrem à revista por sua exclusividade de tema. O prazer na leitura de uma revista, deve-se, de acordo com Sergio Vilas Boas, a esta ruptura com o imediatismo do jornal, permitindo que determinados leitores comprem apenas o que se deseja ler.

Portanto, é certo que a revista foi influenciada pela técnica do texto magazine, porém foi aberta ao experimentalismo, no que diz respeito à utilização de outros gêneros jornalísticos, como, por exemplo, o jornalismo literário.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A **Revista Cajá** foi batizada com esse nome em uma referência ao fruto do cerrado cajá-manga. *Spondias dulcis*, conhecido popularmente pelos nomes cajá-manga, cajá, cajarana, taperebá-do-sertão e cajá-anão, é uma árvore da família das anacardiáceas. Está presente em quase todo o território brasileiro, em especial na Região Centro-Oeste e Nordeste do Brasil, por conta do clima seco.

Fruta rica em fibras, é muito utilizada no preparo de sucos, coquetéis, licores, sorvetes e indispensável na cozinha goiana. Muito aromático e de pouca suculenta, possui uma coloração amarela e brilhante de sabor agridoce e ácido quando maduro. O nome *Cajá*, inclusive, vem da origem Tupi, que quer dizer *fruta brilhante*.

Como forma de resgate da essência e tradição do Estado de Goiás, a escolha de Cajá se tornou apropriado porque é de fácil assimilação por parte do público, como nome do periódico escolhemos *Cajá*, que carrega uma carga simbólica pelo próprio imaginário coletivo, inerente ao público-alvo da região e faz parte a identidade cultural da região. Trazendo o termo *Cajá* para a atualidade, podemos associa-lo à ideia de tempo predominante no mundo contemporâneo, ou seja, é necessário mesclar a tradição com a modernidade assim como na informação e no jornalismo cultural.

Por isso, desenvolve-se um panorama social e cultural, que ilustra uma relação entre arte e cultura que não se pauta apenas por informações de entretenimento, comportamento, e factuais. O trabalho experimental defende, embasados em estudos e pesquisas, que cultura é comunicação, indicativo de comportamento, diálogo, com contexto social, econômico e histórico, demonstração de educação, liberdade de expressão, escolha e demarcação de identidade social.

A **Revista Cajá** tem a intenção de cobrir a cultura e arte do Estado de forma completa, por isso, será uma revista mensal. Além desse tipo de cobertura, que exige um tempo maior de produção, ela também conta com fotografia e ensaios, fator que contribui com uma forma de trabalho mais aprofundada, e por isso, exige um maior tempo.

As pautas do periódico são diferenciadas. Utilizamos do factual para dar uma abordagem mais completa sobre determinado assunto, contextualizando diversas temáticas relacionadas ao fato principal. Também elaboramos reportagens de temáticas frias, mas visualidades em ângulos diferentes.

O público da **Revista Cajá** são pessoas que gostam de arte e cultura e que, mesmo dialogando com as produções culturais nacionais e internacionais, não abrem mão de uma leitura regionalizada. No entanto, esta revista também é dedicada a um público que desconhece, por falta de opção, as informações e sugestões de cultura goiana. Com a revista, esse público teria acesso à informação cultural de qualidade, e tendo simpatia com a temática cultural, teria o interesse de comprar e ler a revista pelo contato com a informação.

Esse novo público, que seria criado no mercado, não tem um perfil enquadrado. O conteúdo da revista, antes da publicação, só poderia ser encontrado na internet ou em sites e divulgações muito específicos, que não atingem pessoas que não possuem o acesso online. As pessoas interessadas precisariam ir atrás desses assuntos e informações, que são tão importantes aos goianos.

A **Revista Cajá**, na criação dessa nova vertente de leitores, levaria essas informações às pessoas que desconhecem fatos e assuntos relevantes para a cultura. Goianos que tem internet, mas não se habituaram a utilizá-la e preferem os impressos para se informarem ou até mesmo os que não têm acesso por diversos motivos, teriam essas informações de uma forma fácil e de uma maneira tradicional que gostam de receber informação. Mesmo com linguagens diferentes, caberá ao público decidir o que ler, mas é preciso oferecer plataformas e veículos diferentes para que haja a opção de escolha.

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 de unir construções textuais que fogem do teor estritamente informativo — que têm dominado as publicações atuais — com fotografias que exploram novos ângulos e composições, e um projeto gráfico arrojado, também pensado de forma livre, que esteja em

consonância com o caráter dinâmico de seu conteúdo, também é mais viável se aplicada a esse suporte.

O formato da **Revista Cajá** é de 20,2 cm de largura por 26,6 cm de altura, o tamanho padrão das principais revistas do mercado. A escolha levou em consideração a economia de papel e praticidade para o leitor, pois este formato é mais compacto e fácil de ser armazenado. O papel é couché. A escolha foi feita devido ao fato deste papel ser mais econômico e absorver menos tinta. A característica básica deste papel é o brilho, o que vai conferir mais destaque e vida às imagens e ensaios. A gramatura é de 120g no miolo do boneco, enquanto a capa será feita em papel couché do tipo fosco e gramatura 230g.

A publicação se inicia com a seção *Alpendre Cultural*. A escolha por esse do título para abrir a revista deve-se ao termo Alpendre, espaço coberto por telhado, mas sem paredes, na frente das casas, típicas do interior do Estado em que moradores se reúnem para conversar. Simboliza, dessa forma, a “porta de entrada” da revista. Dentro do *Alpendre Cultural*, há a presença de partes introdutórias de qualquer outra revista, como Sumário, Expediente, Editorial e Carta dos Leitores. Há também a seção fixa *Percorra Novembro*, que através de pequenas notas, traça o que de mais interessante e relevante acontecerá durante o mês com a presença do jornalismo factual.

Além disso, há a coluna fixa *Aposta do mês*, com a proposta de apresentar algum artista desconhecido até então, de determinada vertente cultural. Essa coluna colabora para a divulgação de artistas que, talvez, não teriam espaço em outros espaços em outros periódicos, mas que possuem relevância e importância para a cultura goiana.

Após o *Alpendre Cultural*, a editoria que se firma é a que se destacou diante às possibilidades de matérias de capa. É importante ressaltar que as editorias são flexíveis, de acordo com a determinada relevância do tema. No caso da primeira edição, foi a editoria de *Música*, com a matéria *Liquidificador Cultural*, reportagem que abre discussão para outros temas tratados no decorrer da revista. Dentro da editoria, há a seção fixa *Cajá com sal*, que também utiliza do jornalismo factual para dar uma abordagem mensal sobre algum show, espetáculo, produção musical que acontecerá durante o mês ou críticas de determinados assuntos.

O mesmo acontece com as outras editorias: Cinema, Artes Visuais, Teatro e Dança e Literatura, que também possuem as seções fixas *Cajá com sal*. A única diferença de seção fixa se estabelece na editoria de Artes Visuais, na qual, a cada edição há um ensaio fotográfico, ilustração, pintura, desenho, charge, história em quadrinho ou qualquer outro tipo de expressão visual que tenha relevância para a cultura de Goiás.

Após as editorias, para encerrar a revista, a parte *Quintal Ilustrado* se estabelece na mesma vertente do *Alpendre Cultural*. Se alpendre é a entrada de uma casa, o quintal é a parte final. O *Quintal Ilustrado* se pauta em colunas opinativas das mais variadas temáticas. Na coluna *Longe de Casa*, jornalistas goianos que vivem no exterior contam, de forma descritiva e analítica, o que cada país se relaciona e se difere do Brasil nos aspectos culturais, sociais e artísticos. No caso do boneco, o jornalista Péricles Carvalho, mestrando em Jornalismo, Mídia e Globalização, fala um pouco sobre o Brasil na Dinamarca.

A segunda coluna é a *Expresso Veloz* que dá abrangência aos assuntos atuais, artísticos e culturais na opinião de jornalistas, artistas, produtores, políticos ou personalidades públicas. A terceira coluna do *Quintal Ilustrado* é a *Fora do Eixo*, onde artistas goianos saem das suas determinadas zonas de conforto e vão para onde menos esperam, como no caso da primeira edição, em que o audiovisuasta Osvaldo Lélis visitou cinemas pornôs de Goiânia e, em forma de jornalismo gonzo, contou como foi sair do seu eixo artístico-cultural.

Para encerrar a revista, há a seção *Última Página*, que consiste na colaboração e participação do próprio leitor. O receptor pode enviar desenho, fotografia, pintura, crônica, conto, roteiro cinematográfico, roteiro teatral ou qualquer outra manifestação artística. As imagens são essenciais na publicação de cultura, pois dão credibilidade aos textos e permite que o leitor entenda melhor o assunto. A **Revista Cajá** prioriza a boa qualidade das imagens, com alta resolução, formato adequado à página, o que provoca uma proximidade com o leitor.

6 CONSIDERAÇÕES

Como afirmado anteriormente, produzir uma revista no segmento de cultura é tarefa que exige esforço. Em meio a uma revolução cultural nada silenciosa, que ultrapassa as barreiras geográficas e acaba firmando-se nos âmbitos sociais, econômicos e políticos, falar de uma cultura marginalizada é o mesmo que afirmar uma resistência sobre as nuances da identidade regional.

Os Estudos Culturais, que direcionaram a construção do conceito da revista, é um estudo recente e inovador frente à Escola de Frankfurt, que tinha uma visão pessimista da cultura na contemporaneidade, caracterizando-a de forma generalizada como mera mercadoria inserida numa estrutura de distribuição. Portanto, é certo dizer que os estudos culturais vão de encontro a proposta democrática da **Revista Cajá**, que defende a existência

de uma cultura regional resistente, mas que não ignora as diversas manifestações culturais vindas de outras partes do globo.

Para refletir o termo “democratização cultural” ao longo das páginas, a publicação contou com um misto de reportagens que, apesar de tratar de cultura, desenvolveram relações diretas com outras áreas do jornalismo, como política, economia e sociedade. Sempre com um olhar atento sob os novos movimentos artísticos que ainda não possuíam expressão real no cenário cultural regional.

A intenção foi elaborar um veículo de comunicação onde o leitor pudesse se identificar com o material apresentado, e mais que isso, oferecer a ele a oportunidade de reconhecer a cultura local sob vários olhares, com o intuito de provocar a disseminação de novas informações para impulsionar ainda mais a transformação cultural regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996. 3ed.

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

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

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.