

Revista Vitrola&Jeans: A Cultura Como Linha Editorial no WebJornalismo¹

Niara Oiara da Silva AURELIANO²

José Heway Verçosa da GRAÇA³

Laura Pedrosa Pimentel SILVA⁴

Maysa Santos da SILVA⁵

Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS⁶

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, Alagoas

RESUMO

A revista cultural digital Vitrola&Jeans é um projeto desenvolvido por estudantes do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), sob orientação do Prof. Dr. Antonio Francisco Ribeiro de Freitas. O projeto visa disseminar informações sobre cultura em dimensão ampla e alternativa, atingindo potencialmente Alagoas, o Brasil e todos os países lusófonos, uma vez que a Internet é uma mídia de alcance mundial. Como objetivo geral, o projeto pretende desenvolver um veículo mensal de comunicação jornalístico-digital com enfoque cultural. Como objetivos específicos, busca experimentar diversas formas de comunicação e linguagens, produção editorial, composição estética, mídias e de distribuição do produto final para o público alvo e aplicar tais experimentos na produção contínua da revista e do site.

PALAVRAS-CHAVE: revista virtual; jornalismo literário; cultura; plataformas digitais; webjornalismo.

INTRODUÇÃO

Criada e desenvolvida por estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), desde maio de 2012, a revista virtual Vitrola&Jeans se tornou projeto de pesquisa-ação, com bolsa concedida pela Pró-reitoria de Extensão (Proex) e pela Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (Propep), por meio de edital, dentro da instituição em novembro do mesmo ano. Inicialmente construída por cinco estudantes com habilitação em Jornalismo e um em Relações Públicas, logo o número de participantes do projeto saltou para 12. Porém, a necessidade de se executar esse trabalho

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Digital.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: niara@vitrolaejeans.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: heway@vitrolaejeans.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: laura@vitrolaejeans.com.

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: maysa@vitrolaejeans.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, email: sonhoverde@hotmail.com.

com viés extensionista é anterior à seleção de projetos das Pró-reitorias, tendo em vista a tríade que se incentiva adotar durante a graduação: ensino, pesquisa e extensão. Os estudantes envolvidos buscavam lançar mão de novas atividades agregadoras a formação, inclusive de caráter experimental; oficializar a revista, enquanto projeto de pesquisa e extensão reconhecidos pela Universidade, foi uma ação posterior a visão já estabelecida sobre a necessidade de romper os muros da sala de aula e dos laboratórios.

OBJETIVO

A Revista Vitrola&Jeans tem como objetivo principal atender às demandas sobre cultura alternativa, sob um ponto de vista crítico e alternativo, buscando suprir uma carência que a mídia alagoana tem de publicações alternativas com uma linha editorial que pautar cultura em primeiro lugar.

A publicação consiste em trabalhar os mais diversos assuntos de interesse público que não tem visibilidade nos veículos de comunicação tradicionais - da cultura alternativa às resenhas filmográficas, fonográficas e literárias; dos debates acerca do campo de design e da moda ao comportamental - aplicando os conhecimentos de disciplinas aprendidas em sala de aula.

Além disso, a Vitrola&Jeans, sendo uma revista digital, traduz-se também na experimentação das diversas formas de comunicação e linguagens, produção editorial, composição estética, mídias e de distribuição do produto final para o público alvo, executando tais experimentos na produção contínua da revista e manutenção do site (www.vitrolaejeans.com).

Desse modo, pretende-se contribuir, com o desenvolvimento cultural da população alagoana e disseminar arte e cultura não só para o Brasil, mas todos os países lusófonos, tendo em vista que o campo da internet tem alcance mundial.

JUSTIFICATIVA

Existe um dos muitos compromissos do jornalista, que lhe é intrínseco à profissão: pautar a cultura e a arte como ferramentas transformadoras e renovadoras da sociedade, além, é claro, do papel técnico, que é o fomento dos artistas, projetos e ações em prol desse desenvolvimento, seja local, nacional ou universal. A Revista Vitrola&Jeans tem esse compromisso como linha editorial central e se justifica pela necessidade de criar espaços

para a amostragem, lançamento do objeto e discussão acerca da cultura, por ser um objeto que demanda uma assimilação e não apenas a exibição por si só.

A Vitrola&Jeans é uma produção midiática que foge do discurso da violência contido na mídia cotidiana de um estado que é tido como o mais violento do país. E entende que há carência e demanda social para o consumo de textos/discursos/produtos que tragam a cultura e a arte em suas manchetes, para construir outras subjetividades/sociabilidades.

Portanto, este projeto se reveste de importância acadêmica e social, pois visa experimentar um novo padrão de comunicação e linguagem, acessível e didático, sobre mídia e cultura e arte.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Vitrola&Jeans, sendo uma publicação do tipo revista online, envolve um ritmo de produção diferente da realizada nas redações dos jornais diários. Com mais tempo para apuração e de discussão sobre pautas realmente pertinentes à publicação, a revista proporciona textos mais criativos e embasados, nos quais os assuntos têm uma possibilidade maior de aprofundamento.

Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. A reportagem interpretativa é o forte. (VILAS BOAS, 1996, p.9)

Os estudantes que compõem o projeto atuam diretamente na elaboração das pautas, das matérias, das revisões dos textos, bem como da diagramação do material, do manuseio do site e até mesmo estarão presentes de forma direta na divulgação do trabalho.

O planejamento gráfico da Vitrola&Jeans foi minuciosamente discutido: desde as fontes tipográficas e os espaços das margens entre as colunas à sua logomarca. Os ícones e as cores foram elaborados entendendo toda sua carga e significado. Pois compreende-se que a/as cor/es tem uma força real sobre todo o ser humano, mesmo que ainda mal estudada. Essa força tem papel fundamental na transmissão de mensagem. Kandinsky, em seu livro “Do espiritual na arte”, reforça essa premissa: "A harmonia das cores baseia-se

exclusivamente no princípio do contato eficaz. A alma humana, tocada no seu ponto mais sensível, responde. A este fundamento, chamaremos o Princípio da Necessidade Interior”.

A publicação mensal constitui-se por uma galeria de fotos, carta ao leitor e sete editorias: 35mm; Amplificador; Aperte o Play; Artificios; Entretanto; Na Cabeceira; Strike a Pose; que transcorrem sobre temas culturais como cinema, eventos, música, arte, comportamento, literatura e moda, respectivamente.

Há uma quantidade de matérias que varia entre dez e quinze distribuídas entre as cerca de cem páginas de cada edição, já publicada.

Sendo um produto disponibilizado em plataformas digitais, não há perda alguma de qualidade visual, muito pelo contrário: há uma melhor qualidade e uma possibilidade infinitamente maior de lincar os materiais à outros produtos também disponíveis no meio digital. Além disso, a publicação não se limita a utilizar poucas cores – como a maioria dos materiais de cunho alternativo – em função da não impressão do material. “A revista é mais artística quanto aos aspectos de programação visual” (VILAS BOAS, 1996, p. 71).

Esse favorecimento na utilização de todas as cores contribui de forma considerável no visual da revista. Sendo assim, a Vitrola&Jeans tem um forte apelo visual. Os elementos dispostos na capa e na contra-capas – além do nome da publicação – são fotografias sobre o tema central ou uma imagem retirada de uma das matérias dentro da revista e as editorias possuem fotografias e ilustrações de várias formas e cores.

quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias. Antes de ler qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não. Fotos provocam reações emocionais, convidam a mergulhar num assunto, a entrar numa matéria. (...) Elas devem excitar, entreter, surpreender, informar, comunicar idéias ou ajudar o leitor a entender a matéria. (SCALZO, 2003, p. 69-70).

Em tempos de convergência digital, o webjornalismo contempla à todos da melhor forma possível, por meio dos múltiplos dispositivos móveis e suportes midiáticos. “As mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais, participativas e interativas. Elas coexistem. E estão em rota de colisão. Bem-vindo à revolução do conhecimento. Bem-vindo à cultura da convergência.” (JENKINS, 2008, p. 28)

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto da revista eletrônica Vitrola&Jeans surgiu em maio de 2012. Inicialmente, apenas por sete estudantes de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e em Relações Públicas.

Durante quatro meses, os estudantes engajados no projeto, aprimoraram a ideia e produziram todo o material para a primeira edição da Vitrola&Jeans.

Antes do lançamento a equipe estudou estratégias de divulgação por meio de mídias, como: um vídeo promocional (*teaser*) disponibilizado no site YouTube, um evento no Facebook, *e-flyers* publicados nas redes sociais. Além disso, foram criados perfis no Twitter, conta no Flickr para disponibilizar fotos das matérias, em alta qualidade para os leitores, perfil no Facebook e site com conteúdo exclusivo.

Em 25 de setembro de 2012, a primeira edição da Revista Vitrola&Jeans foi ao ar no site Issu, especializado nesse tipo de hospedagem.

A segunda edição da revista foi lançada no dia primeiro de novembro do mesmo ano.

Após o lançamento, tomou-se a decisão de concorrer ao edital da Universidade Federal de Alagoas e reestruturar a organização interna da revista. Dois meses depois, o projeto estava formalizado pela Pró-reitoria de Extensão (Proex) e pela Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação (Propep) na Universidade Federal de Alagoas (Ufal).

A terceira edição, somente veio a ser lançada em abril de 2013, após processo seletivo para blogueiros da revista no site e seleção de novos integrantes para a revista digital. Passando, assim, de sete integrantes, para os atuais doze graduandos em Comunicação Social que compõem o projeto. Contando ainda com a colaboração mensal de diversos estudantes e leitores.

A iniciativa foi e vem sendo um marco dentro do curso de Comunicação Social da Ufal, que não possui um jornal ou revista-laboratório permanente, até a presente data. Seu alcance ultrapassou os quatro milhões de usuários únicos, nas redes sociais, até o dia 26 de abril de 2013.

Ao projeto aplicam-se os conhecimentos das disciplinas: Redação e Edição em Jornalismo, Jornalismo Cultural, Tecnologias Contemporâneas da Comunicação, Mídia Digital e Webjornalismo na construção/produção de conteúdo e planejamento de reportagens, entrevistas, redação e edição de um produto midiático digital. Dessa forma, busca-se suprir a carência da prática do jornalismo durante a graduação, permitindo a

experimentação efetiva do uso das novas tecnologias da informação e comunicação por parte dos discentes.

CONSIDERAÇÕES

A Vitrola&Jeans nasce e age, realmente, para possibilitar a construção, por meio do mundo simbólico/digital, de uma nova produção discursivo-jornalística que priorize a arte e a cultura e estimular a circulação de novos valores na sociedade alagoana e na globosfera, mostrando que Alagoas não está centrada apenas no *ethos* da violência, mas possui arte e cultura de qualidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KANDINSKY, Wassily. **Do espiritual na arte**. 2ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

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