

## **Xique Xique: Revista de cultura de moda (Chita e Renda)**

1

Ivan Andrey Farias da COSTA<sup>2</sup>  
Káio Lenno Santos ARAÚJO<sup>3</sup>  
Bruna Thaise Lima DUARTE<sup>4</sup>  
Everton David Santos de SOUZA<sup>5</sup>  
Agda Patrícia Pontes de AQUINO<sup>6</sup>

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

### **RESUMO:**

A revista Xique Xique é uma publicação semestral de jornalismo cultural que trabalha a moda a partir de um tema específico para cada edição. Desde a discussão das pautas até o seu lançamento, a revista é inteiramente produzida pelos alunos da disciplina Comunicação e Moda do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) sob orientação da professora tutora Agda Aquino. Neste artigo, mostramos como a revista foi pensada e executada nas duas primeiras edições, publicadas em 2014, cujos temas foram chita e renda, respectivamente.

**PALAVRAS CHAVES:** jornalismo cultural; jornalismo de moda; revista laboratorial; revista Xique Xique.

### **INTRODUÇÃO**

Mesmo compreendendo que já se tornou comum afirmar que a indumentária e a moda vestimentar vigentes em uma determinada cultura são elementos de comunicação, ainda são raros os materiais jornalísticos que produzem conteúdos aprofundados e se utilizam os critérios de noticiabilidade e as estruturas clássicas do jornalismo na produção da informação de moda no Brasil. Nos grupos que têm a moda como seu objeto de pesquisa não causa estranheza alguma o entendimento de que, na medida em que o arranjo de trajes compõe uma espécie de fala e produz mensagens, a roupa é passível de ser considerada como uma espécie de mídia.

A comunicação pode ser concebida como um processo em que alguém diz alguma coisa a outro alguém em um ou outro meio ou canal, com tal ou qual efeito (BARNARD,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 04 Revista-laboratório impressa (conjunto ou série).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: ivanandrey@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: kaiolennoaraujo@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: brunaduarte934@gmail.com.

<sup>5</sup> Graduado no curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: souzaeverton2010@gmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, email: profagdaaquino@gmail.com.

2003). Sendo assim, uma roupa, um item de moda ou indumentária seria o meio ou o canal pelo qual uma pessoa “diria” uma coisa a outra com a intenção de efetuar alguma mudança naquela outra pessoa ou de informá-la de algo.

A escolha da produção de uma revista tem origem na compreensão desse tipo de mídia enquanto espaço para o exercício do jornalismo aprofundado, tanto textualmente quanto imageticamente.

Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar ao leitor em seu cotidiano, em sua vida política). (SCALZO, 2008)

A plataforma escolhida para o desenvolvimento do projeto tem o ideal de possibilitar o acesso às informações pelos cidadãos de forma clara e atrativa. Pois, a construção das narrativas em parceria com o jogo de imagens lançados na revista têm a intenção de chamar atenção do leitor para seu conteúdo.

A primeira revista foi publicada, ainda que com a estética do que entendemos por livro, na Alemanha em 1663. A revista *Edificantes Discussões Mensais*<sup>7</sup> continha vários artigos sobre teologia, ou seja, era segmentada a um público específico. Como também se propôs a sair mensalmente. Após isso, novas revistas surgiram pelo mundo, mas foi por meio da *Le Mercure Galante*, em 1731, em Londres, com a *The Gentleman's Magazine* que encontramos o formato semelhante com o qual é comum hoje em dia, por reunir “vários assuntos de forma leve e agradável” (SCALZO, 2008, p. 19).

Por meio da revista, no decorrer do século XIX, houve considerável aumento do nível de escolarização, que se deu pelo interesse crescente pela leitura desse gênero, já que tratava dos assuntos de forma não tão extensa e profunda como nos livros e de preço mais acessível. O avanço técnico nas impressões fez com que a publicidade e suas tiragens crescessem, nascendo, então, o mercado da indústria de comunicação de massa por meio das revistas impressas.

No Brasil, publicações ligadas à cultura pop surgiram entre as décadas de 1969 e 1970, direcionadas ao público jovem. Assim, cresce o jornalismo de revista segmentado, como revistas para mulheres, sobre esportes, áreas profissionais, etc. Nesse aspecto de relacionamento com o leitor, principalmente quando falamos de segmentação, Scalzo (2008) afirma que “as revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de

---

<sup>7</sup> No original: *Erbauliche Monats - Unterredungen*

interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles”.

Também na década de 70 se encorram as atividades da revista O Cruzeiro, do escritor e jornalista Assis Chateaubriand. Quando surgiu, em 1928, desenvolvia uma linguagem jornalística diferenciada. Era pautada de grandes reportagens e com ênfase no fotojornalismo. Em seu auge, chegou a marca 700 mil exemplares vendidos por semana.

A revista nasceu com a proposta de ter um período de intervalo considerável de uma edição para outra se comparado às produções diárias dos jornais, por exemplo. Assim, esse fator dá aos jornalistas que escrevem para esse gênero maior tempo para investigação e aprofundamento da matéria.

Na produção de revistas, o jornalismo ali presente se difere das chamadas notícias factuais. Pode conter furos de acontecimentos, porém de forma mais apurada, trazendo para quem lê, não apenas a transmissão de notícias, mas o estímulo a análises, críticas e reflexões:

Além de conter informações de qualidade, exclusivas e bem apuradas, o texto de revista precisa de um tempero a mais. Diferente do leitor de jornal, o de revistas espera, além de receber a informação correta, simples e clara – seja o exercício para o abdômen, a receita de bolo, a nota política, o roteiro de viagem -, mas quer também um texto que não seja seco, como um mero aperto de mão. Resumindo: costume dizer que, em revista, bom texto é o que deixa o leitor feliz, além de suprir suas necessidades de informação, cultura e entretenimento. (SCALZO, 2008, p. 75/76)

Ou seja, além de uma boa apuração, a revista traz um olhar mais interpretativo ao fato, não apenas o expõe. Ele apresenta dados, versões, faz perguntas, faz com que o leitor pense e tire suas próprias conclusões do que é apresentado a ele. E ainda que a revista seja especializada, deve atentar para o equilíbrio da forma que se trabalha a apresentação desse conteúdo:

É esse equilíbrio e essa coerência editorial da pauta, bem como o ordenamento das seções, colunas, entrevistas especiais etc., que vão definir a personalidade de uma revista. A cada edição o leitor vai encontrar, ao mesmo tempo, variedade e algumas marcas de identidade, que o permitem reconhecer e manter uma relação de familiaridade com sua revista predileta. (SCALZO, 2008, p. 66).

Ainda atentando sobre a segmentação das revistas, segundo Scalzo (2008), foi em 1748 que surgiu a Ladies Magazine voltada para o público feminino. Com a segmentação para o gênero feminino a moda começou a se tornar tema de pautas, “esse papel foi transferido para a imprensa de moda, isto é, para os periódicos que tinham como objetivo

apresentar regularmente coleções de moda, conjugando texto e ilustração”. (ROCHE, 2007 p.474). As revistas femininas muraram a sua formula para alcançar uma durabilidade maior, e já não eram mais direcionados só para mulheres. Segundo Roche (2007, p .474):

Era uma imprensa dirigida indistintamente a leitores de ambos os sexos e escrita por homens e mulheres. Ela questionava diretamente a opinião pública e suas flutuações e promovia a mudança de um modo diferente das ideias dos filósofos, não obstante o profundo desprezo que estes voltavam ao jornalismo, quer a serviço dos grandes jornais literários e filosóficos, eruditos ou políticos.

A Revista Xique Xique foi criada, juntamente com a elaboração da disciplina de Comunicação e Moda, sugerida pela professora Agda Aquino e, após aprovação em reunião departamental, acrescida ao fluxograma do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UEPB. O referido componente curricular foi proposto com o objetivo de capacitar os alunos a atuarem no mercado de Jornalismo de Moda através de suas diversas funções (fotógrafos, editores, produtores de moda, pesquisadores e empreendedores) propondo também abrir um leque de possibilidades de trabalho que vão além das já lotadas redações das empresas de comunicação, incentivando o empreendedorismo no setor.

Através dela, surgiram as edições Chita e Renda, que são uma espécie de dossiê temático sobre cada um desses assuntos. Cada edição, com seu respectivo tema, trás reportagens, editoriais, crônicas, dicas e outros gêneros textuais sobre o assunto escolhido. Assim, os alunos exercitam o jornalismo em diversos gêneros, refletem sobre a atividade e produzem um material que é publicado online e divulgado através das redes sociais, dando visibilidade não apenas ao tema como também ao trabalho deles.

## **OBJETIVO**

### Objetivo Geral:

Capacitar a aluno de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo a exercer um trabalho profundo e engajado no jornalismo de moda, através de textos e imagens. Promover entre o alunado uma cultura de moda capaz de fortalecer o setor e colaborar com a sociedade no seu desenvolvimento socioeconômico.

### Objetivos Específicos:

- Produzir uma revista de moda cultural, com os alunos fazendo parte de todas as etapas: planejamento, pauta, produção, editoriais, fotografia, ensaios, infografia,

diagramação, divulgação, organização de eventos e assessoria de imprensa (tradicional e voltada para os meios digitais);

- Exercitar a prática dos ensaios fotográficos, promovendo assim capacitação e registro documental do povo nordestino/paraibano para a posteridade, associando sua imagem à beleza e estética, colaborando assim para a valorização da autoestima da gente da região;
- Servir de referência para um jornalismo de moda engajado em ações sociais;
- Promover a cultura nordestina para o Brasil e para o mundo.

## **JUSTIFICATIVA**

A Revista Xique Xique surge como resposta aos anseios e pedidos de alunos interessados em desenvolver um trabalho de qualidade voltado para esta que é uma das áreas que mais crescem no Brasil. A moda foi um dos setores que mais se desenvolveu no Brasil na última década. Na área industrial, o vestuário possui mais de 30 mil empresas que representam 17,5% do PIB da Indústria de Transformação e cerca de 3,5% do PIB total brasileiro. Segundo a ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção), o faturamento da moda por ano é maior que 35 bilhões de dólares. Falando em empregos, são aproximadamente 2 milhões, 75% de mão de obra feminina. Isso sem incluir o setor de beleza e de serviços, que somam um número pelo menos três vezes maior de pessoas envolvidas.

Pensando a moda através de outra vertente, mais sociológica do que mercadológica, em 2010 o Ministério da Cultura a reconheceu como linguagem artística, como expressão de cultura, discussão que estava sendo amadurecida em âmbito governamental desde 2003 e culminou com um incentivo histórico ao setor, que só tende a crescer ainda mais. Surgem nesse contexto grandes oportunidades de trabalho também para o profissional de comunicação, que envolvem desde as assessorias, passando pelas mídias sociais e culminando no trabalho em redação em diversos veículos. E os profissionais precisam ser capacitados para ocupar esses espaços.

A Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, através do Departamento de Comunicação Social - Jornalismo, tem um histórico de engajamento em eventos e ações que promovam a cultura local, tanto para o público paraibano quanto para outras regiões. É o caso, por exemplo, da produção de diversas revistas, documentários, vídeoreportagens e outros produtos voltados para personagens, lugares, sons e culturas da nossa gente. Além

disso, os festejos juninos se fazem presentes em diversos projetos como a “Rádio Junina” dentro do Parque do Povo, a produção de documentários e reportagens televisivas sobre a festa, onze edições do seminário “Os Festejos Juninos no Contexto da Folkcomunicação e da Cultura Popular”, o programa de webrádio e memória “Gente Nossa”, o “Ponto de Cultura Rede Viva” (em parceria com o Paqtc-PB e a UFCG), o “Memorial José Irineu Cabral” (em parceria com a Embrapa Algodão) e o projeto Repórter Junino, que já capacitou mais de 800 alunos na cobertura jornalística em seus anos de existência, além de ter ganhado prêmios e reconhecimento nacional e internacional.

Sendo assim, a Revista Xique Xique se propõe a fazer parte desse grupo de ações que visam fortalecer a cultura da nossa região, colaborando para que a Universidade cumpra seu papel social de formador e fomentador de cultura.

Além disso, a revista colabora com a construção da memória do nosso povo, através de registro imagético e documental, reforça a cultura paraibana/nordestina, valoriza a história local, divulga a imagem nordestina associada à beleza e à qualidade estética, destaca o artesanato e a arte local, promove o trabalho de artesãos e estilistas paraibanos, inclui a Paraíba no circuito nacional de moda, visando a colaboração na geração de emprego e renda em diversas escalas e setores.

A revista também envolve os alunos na prática da assessoria de imprensa e comunicação, promovendo eventos e divulgando os materiais relacionados a elas nas redes sociais, dando assim visibilidade não só ao tema, como também aos participantes e à instituição.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Faz parte da ementa da disciplina de Comunicação e Moda a discussão sobre jornalismo especializado, jornalismo cultural e jornalismo de moda. É assim que começa o processo de cada edição da revista. As turmas são orientadas a pensar no jornalismo de moda saindo do tradicional mundo das tendências e pensar em conteúdos atemporais e que sirvam de registro textual e imagético.

Após ter esclarecido os conceitos e a atuação do jornalismo cultural na moda os alunos precisam conhecer e discutir sobre a linha editorial da revista, o seu perfil, o seu público alvo, os gêneros jornalísticos que foram utilizados, os conceitos estéticos e o tema escolhido para cada edição. Nesses dois casos a Chita e a renda. Tendo em mente essas prévias discussões é realizada a reunião de pauta, onde todos os alunos que estão

matriculados na cadeira Comunicação e Moda juntamente com a professora e os alunos voluntários decidem as pautas que serão trabalhadas em cada edição. Todo esse processo foi semelhante nas duas edições aqui apresentadas.

Com as pautas definidas começa a produção de conteúdo, tanto em texto quanto em imagens. Além da produção dos editoriais, que começa na reunião de pauta pensando no conceito e em locações, passando pela coleta de peças (vestuário e acessórios), na seleção de modelos(as), na realização do ensaio fotográfico e termina de fato com a edição e seleção das imagens que entraram na revista.

Com o material todo pronto, começa a fase de revisão que é feita pela professora, orientando os alunos em correções e os atentando para eventuais problemas. Esse retorno é uma das etapas mais importantes. Após material concluído, entra na etapa de diagramação, publicação, onde é organizado um evento de lançamento, e divulgação, onde é feita a preparação de relises e material para as redes sociais da revista.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

### Xique Xique Chita



A primeira edição foi preparada como um dossiê temático sobre a chita, símbolo cultural do povo nordestino, não apenas no período junino, como também o ano inteiro. Em 36 páginas, desenvolve os diversos gêneros jornalísticos (reportagem, notícia, editorial, ensaio fotográfico, crônica, artigo etc.), bem como dando voz à comunidade e trazendo à tona relatos e experiências do povo paraibano, a revista visa se tornar uma espécie de memória viva da cultura de moda do nosso estado.

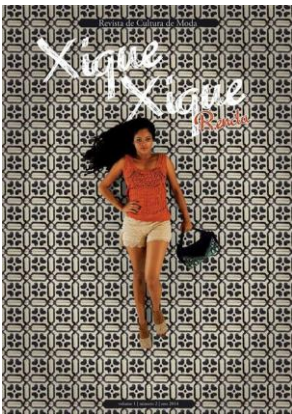
Essa edição começa situando o leitor em um contexto histórico sobre esse tecido que faz parte de nosso acervo imagético cultural e como ele foi parar no mundo *fashion*. Passa pelas famosas bonecas de artesanato feitas na cidade de Esperança- PB que se tornaram objeto de decoração até de cenários de programas da Rede Globo. E contém ainda dois editoriais de roupas: um fotografado na cidade histórica de Areia, situada no brejo paraibano, famosa por seu casario antigo e colorido – perfeito para reforçar a ideia de cor do editorial sobre chita; e outro que tem como cenário a vegetação seca típica da nossa região em determinados períodos do ano, monocromática, contrastando com o colorido da

chita. Além de dicas e curiosidades a revista ainda usa as cores fortes em seu projeto gráfico, remetendo assim a própria chita.

O trabalho se tornou notícia na reportagem produzida pela TV Itararé para o programa Diversidade<sup>8</sup>, a revista também foi tema de pauta no Jornal Correio da Paraíba, em diversos sites e blogs da região.

Ela foi lançada em 29 de maio de 2014, juntamente com o projeto Repórter Junino, e só na primeira semana teve mais de duas mil visualizações e downloads a partir da plataforma digital.

### **Xique Xique Renda**



Seguindo a mesma linha editorial a segunda edição, que foi produzida com 50 páginas, também desenvolve 13 diversos gêneros jornalísticos divididos em: reportagem, editorial, ensaio fotográfico, crônica, artigo, infográfico, serviço, dicas e curiosidades. Essa edição teve a renda, patrimônio do nosso povo, como tema norteador.

Uma edição mais robusta, com uma maior abordagem tanto em texto como em imagem, traz reportagem histórica como na primeira edição, como novidade um infográfico que mostra os polos de produção de renda no estado da Paraíba, também duas matérias sobre moda masculina. Além disso, dois perfis de rendeiras nordestinas, crônica e dois editoriais de moda, um com fotografia artística baseado em lendas populares da região e o outro em homenagem aos 150 de Campina Grande/PB, cidade do interior da Paraíba que é sede do curso.

Esta edição foi lançada dentro da programação oficial dos 150 anos de Campina Grande, no Museu de Arte Popular da Paraíba, em evento organizado pelos alunos da turma, com exposição da revista e um desfile de peças de renda de artesãos campinenses. Todas as edições farão parte brevemente do acervo digital permanente do MAAP, espaço oferecido pelo Diretor do museu após conhecimento do material.

A Revista Xique Xique de Cultura de Moda, endossada e apoiada pela Editora da UEPB, com registro na Biblioteca Nacional sob o ISSN 2357-9579, está disponível na plataforma de livros e revistas digitais ISSUU<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Programa da TV local. Link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=1IDziO81HU8&feature=youtu.be>.

<sup>9</sup> <http://www.issuu.com/revistaxiquexique>



## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esse processo de pensar realizar uma revista serviu para preparar o alunado para o mercado, já que a prática é igual a realidade do mercado. Entretanto, o que mais contribui para o aprendizado é a exercitação do pensamento em conteúdo diferenciado. Em pensar a moda não só como tendência, mas, como artefato de cultura e como forma de expressão.

A Xique Xique apresenta material histórico, sobre economia, comportamento e outras vertentes que fogem da tendência que nunca fez parte de sua linha editorial. É disso que o mercado de Jornalismo de Moda precisa, sair da superficialidade e entender moda como um conceito maior. E principalmente, que não é apenas o que está nas passarelas das grandes grifes, mas o que está na rua, nos nossos guarda roupas.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2008.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Trad: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências Uma história da indumentária (séculos XVIIIXVIII)**. Ed. Senac São Paulo, 2007.