

Revista Território Multicultural¹

Bruno Ferreira de FREITAS²

Edgar José BARBOSA³

Renan Camilo BARBOSA⁴

Renatha de Lemos PIERINI⁵

Clarissa dos Santos CRUZ⁶

Universidade do Vale do Sapucaí, Pouso Alegre, MG

RESUMO

A revista Território Multicultural é um trabalho desenvolvido pelos alunos do oitavo período do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo. A publicação trabalha com o conceito multicultural, que aborda cultura não apenas como manifestações artísticas, e sim como um conjunto de conhecimentos, ideias e crenças de um povo. Durante o processo de criação e elaboração da revista os alunos puderam colocar em prática os conhecimentos adquiridos nos quatro anos do curso de jornalismo, como o desenvolvimento do planejamento, produção, edição e revisão de uma revista por meio de critérios específicos para este tipo de veículo de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Diversidade Cultural; Multiculturalidade; Multiculturalismo; Território Multicultural.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho parte do conceito antropológico do termo cultura. Nele, cultura é teorizado em um conjunto global de aspectos sociológicos que são construídos a partir da capacidade do homem de pensar. Assim toda a construção simbólica e social que é guiada pela ação humana, denomina-se cultura.

Na definição e emprego popular do termo cultura, a palavra é utilizada geralmente para definir manifestações artísticas. O emprego nestes moldes trata de cultura como um recorte

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade revista impressa (avulso).

² Aluno líder do grupo e graduado pelo curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIVÁS em dezembro de 2011, email: brunofreitas.jor@gmail.com.

³ Aluno integrante do grupo e graduado pelo curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIVÁS em dezembro de 2011, email: edgar_jornalista@yahoo.com.br.

⁴ Aluno integrante do grupo e graduado pelo curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIVÁS em dezembro de 2011, email: renanbarbos@gmail.com.

⁵ Aluna integrante do grupo e graduada pelo curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIVÁS em dezembro de 2011, email: rlpierini@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIVÁS, email: cla.jung@yahoo.com.br.

da definição completa do conceito. Contudo, faz-se necessária a utilização de modelos mais amplos de definição para que a cultura não seja restrita apenas a atividades artísticas.

Dentre as muitas teorias e abordagens da palavra cultura, a título de embasamento teórico para os objetivos desse trabalho, serão abordadas as referências de teorias idealistas, pensadas por Keesing (1971 *apud* LARAIA, 2001, p. 32). Estas são subdivididas em três abordagens distintas, entretanto, será utilizada apenas a explicação que aborda a cultura como: um sistema cognitivo, gerido a partir dos pressupostos simbólicos que regem determinada sociedade.

Esta abordagem antropológica tem se distinguido pelo estudo dos sistemas de classificação de *folk*, isto é, a análise dos modelos construídos pelos membros da comunidade a respeito de seu próprio universo. Assim, para W. Goodenough, cultura é um sistema de conhecimento: "consiste em tudo aquilo que alguém tem de conhecer ou acreditar para operar de maneira aceitável dentro de sua sociedade." (LARAIA, 2001, p. 32-33)

Nesse sentido, a cultura está presente nas organizações sociais. Ela é entendida e praticada de formas diferentes a partir dos alicerces geridos durante a criação das regras, acontecimentos e fatos históricos que culminaram com a sistematização dos conceitos antropológicos de determinada região. A esse respeito José Luis dos Santos (2006, p. 12) afirma que cada cultura "é o resultado de uma história particular, e isso inclui também suas relações com outras culturas [...]".

Constata-se que a definição cultura está intrinsecamente ligada aos primórdios de cada sociedade ou organização metódica do homem, seja ela qual for.

O modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, o resultado da operação de uma determinada cultura. (LARAIA, 2001, p. 36)

A cultura, além de ser o conjunto de conhecimentos, regras e pressupostos sociais de um povo, representa o que acontece dentro de determinada organização social. Podemos concluir então que tudo o que é desenvolvido ou realizado por meio de regras estabelecidas e pelo conhecimento acumulado antropológicamente, é entendido como cultura. Neste contexto na revista Território Multicultural, cultura é entendida como manifestações de

crenças e costumes de um povo, assim foi trabalhado na publicação o conceito de cultura como um conjunto de conhecimentos, ideias e crenças de um povo.

2 OBJETIVO

A revista laboratorial Território Multicultural, foi desenvolvida como exigência final para obtenção do título de bacharel em jornalismo, do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade do Vale do Sapucaí. Durante todo o processo de criação e elaboração da revista os alunos puderam colocar em prática os conhecimentos adquiridos nos quatro anos do curso, como o desenvolvimento do planejamento, produção, edição e revisão de uma revista por meio de critérios específicos para este tipo de veículo de comunicação. Desta forma os alunos puderam exercer a prática do jornalismo, refletir sobre os assuntos abordados e analisar os resultados da publicação.

3 JUSTIFICATIVA

A elaboração de uma revista laboratorial impressa permite aos alunos o exercício do jornalismo e a prática dos conhecimentos adquiridos no decorrer no curso. A modalidade revista foi escolhida pelo grupo por ser um meio impresso que possui características específicas em relação aos demais meios de comunicação de massa. Elas admitem um texto com maior profundidade dos fatos, permitem recursos gráficos mais elaborados, além disso, são feitas com materiais mais duráveis, impressão de melhor qualidade, por isso, tornam-se diferentes dos jornais impressos. As revistas podem ser divididas em três principais grupos estilísticos: ilustradas, especializadas e as de informação-geral, como aponta Sérgio Villas Boas:

De certa forma qualquer revista é especializada, já que pretende um público determinado. As informativas-gerais possuem também algumas características bastante semelhantes àquelas do grupo das ilustradas. A especialização de uma revista pode ser temática ou segundo a segmentação dos leitores. (VILLAS-BOAS, 1996, p. 71)

O jornalismo de revista é composto basicamente por reportagens. A reportagem consiste na descrição mais detalhada de um fato, sendo necessário um aprofundamento das informações. Correa (2003 *apud* PENA, 2008, p.75) define que “reportagem é um relato jornalístico temático, focal envolvente de interesse atual que aprofunda a investigação sobre fatos e seus agentes”. Em outra ocasião Nilson Lage (2001 *apud* PENA, 2008, p. 76), numa

visão mais ampla “compreende desde a simples complementação de uma notícia [...] até um ensaio capaz de revelar a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente”.

Além de textos mais aprofundados, as revistas possuem periodicidade diferenciada dos demais meios de comunicação. Por este motivo, elas normalmente não trabalham com temas factuais, porém apresenta assuntos de relevância e de interesse que vão ao encontro do leitor de cada publicação.

Essas publicações são direcionadas a públicos específicos e assim pode-se constatar que atingir a cada indivíduo é uma necessidade constante no cenário de revistas. Cria-se com um laço afetivo do leitor para com o produto, verifica-se isso na forma de guardar as revistas, geralmente ela se transforma em uma peça de coleção e nunca é jogada fora no dia seguinte como acontece com os jornais impressos.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para iniciar a este capítulo é preciso entender o tema proposto por este projeto: uma revista multicultural. Reconhecer diferenças foi o ponto de partida para definirmos os assuntos abordados no trabalho. A sociedade é regada de valores, conceitos e crenças dos mais diversos aspectos. Entende-se assim que multiculturalismo é a possibilidade da existência de várias culturas em uma única região onde nenhuma delas predomina sobre as outras. Os autores Santos e Nunes descrevem o conceito de multiculturalismo:

A expressão multiculturalismo designa, originalmente, a coexistência de formas culturais ou de grupos caracterizados por culturas diferentes no seio de sociedades modernas. Rapidamente, contudo, o termo se tornou um modo de descrever as diferenças culturais num contexto transnacional e global. (SANTOS, NUNES, s.d)

Uma das principais características do Brasil é a diversidade cultural, e neste sentido, a revista tem o intuito de apresentar temas que fazem parte do cotidiano de uma sociedade como, economia, Internet, relacionamentos, esportes, artes, terceiro setor, gastronomia, sustentabilidade e literatura.

A opção pelo termo cultura baseia-se na premissa de que “cultura é o modo como os indivíduos ou comunidades respondem às suas próprias necessidades e desejos simbólicos”,

assim, “a língua que falamos, as ideias de um grupo, as crenças, os costumes, os códigos, as instituições, as ferramentas, a arte, a religião, a ciência, enfim, toda as esferas da atividade humana”.

O nome, Território Multicultural, foi escolhido para dar a dimensão dos temas propostos. De acordo com o Dicionário Aurélio a palavra Território significa “grande extensão de terra. Área de um país, de um Estado, de uma cidade”. Já a palavra Multicultural é um conjunto de crenças, ideias e costumes em um mesmo lugar onde nenhuma prevalece sobre as demais. Assim, as duas palavras se complementam e dão a ideia de várias culturas em um mesmo local.

4.1 O planejamento gráfico

Para a criação do planejamento e *design* gráfico optou-se por um projeto que caracterizasse questões que se apresentaram como objetos de identidade e como os mesmos devem ser abordados, encaminhados e resolvidos, como aponta Escorel (2000, p.66), “tanto a linguagem do *design* de produto quanto a linguagem do *design* gráfico se exprimem através do projeto” Assim, o grupo determinou sua linha editorial:

- As fontes utilizadas não possuem serifas o que facilita a leitura e passam ao leitor a sensação de organização e clareza, além de valorizarem cada palavra de forma individual, já que parecem ser mais limpas.
- As reportagens foram produzidas com a fonte *Khmer UI* no tamanho 12pt. O número de caracteres é diferente e varia conforme as editorias e páginas.
- Nos títulos foi utilizada a fonte *Gisha-bold* nos tamanhos 48pt a 100pt. Eles variam de tamanhos e formatos de acordo com as editorias permitindo que em cada matéria ele represente descontração, seriedade, originalidade, de acordo com o tema proposto.
- As matérias foram alinhadas à esquerda e seguiram um padrão atual e moderno com tendências presentes na Internet. Na introdução de cada matéria não se utilizou recuo destinado ao parágrafo. Foram utilizadas letras decrescentes dos tamanhos 18pt em negrito – 16pt – 14pt e 12pt no restante de toda matéria, todos na fonte *Khmer UI* para destacar o início de cada texto. Enquanto nos demais usamos parágrafos.
- No elemento “olho” da fonte *Kalinga* nos tamanhos de 22pt a 26pt, para ressaltar passagens relevantes dos entrevistados.

- Nos números das páginas foi usada a fonte *Gisha* no tamanho 68pt, no canto inferior esquerdo e direito quando não havia ilustração ou foto. No índice, foi utilizado na indicação do número de cada página a mesma fonte no tamanho 72pt.
- Optou-se por disponibilizar informações importantes em algumas matérias por meio do box para complementar o conteúdo trabalhado. Foi utilizada a fonte *Khmer UI* nos tamanhos de 12pt a 16pt de acordo com cada matéria.
- Ao final de cada matéria foram feitas marcações com o intuito de remeter o leitor à logomarca da revista sinalizando o fim da leitura de cada texto.
- O branco em todas as páginas foi valorizado para dar maior leveza e facilidade nas leituras.
- Em todas as matérias fez-se o uso de chapéu para identificar o nome das editorias. Foi utilizada a fonte *Kalinga* no tamanho 24pt e em cores distintas para cada editoria.
- Em algumas fotos fez-se o uso de legendas na fonte *Gisha* no tamanho 16pt.

4.2. Cores

No planejamento gráfico da revista Território Multicultural foi valorizado o branco, para permitir um maior equilíbrio e harmonia nos textos e facilitar a leitura. O branco compõe um dos principais elementos do trabalho gráfico, pois dá suporte ao preto do texto. Mirela Hoeltz afirma que

O branco faz parte da página e normalmente é utilizado como recurso estético. A valorização do branco da página representa o espaço de circulação das ideias do leitor e os fluxos, os caminhos deixados pelo designer. O branco proporcionado compensa a perda de espaço pela beleza e leveza da página. (Hoeltz, 2001)

Um termo utilizado no jornalismo é a cor-informação, segundo ela as cores hierarquizam informações ou lhes atribui significado. Guimarães (2003, p. 32) aponta “a consciência de que a cor pode incorporar significados às informações que são coloridas aumenta a responsabilidade do jornalista e/ou do designer de notícia”. O motivo desta responsabilidade é fazer com que o leitor entenda a utilização das cores e o que o jornalista quis transmitir.

Neste sentido, valorizamos algumas cores para instigar emoções e atinjam o psicológico do leitor, conforme aponta Collaro (1996, p. 66 e 67).

- Preto: foi usado para passar elegância.
- Violeta: a cor foi usada na tonalidade lilás que proporciona a sensação de magia.
- Cinza: por ser uma cor neutra foi trabalhado em conjunto com outras cores.
- Vermelho: transmite alegria, força e vitalidade.
- Verde: a cor mostra a estabilidade.
- Rosa: usado para dar a sensação de intimidade.
- Laranja: foi utilizado por ser também uma cor que sugere intimidade, efervescência e calor.
- Azul: exprime profundidade, calma, discrição e dinamismo.

4.3 Logotipo

Para facilitar a identificação do leitor com a revista Território Multicultural, optamos por usar as letras TMC no logotipo que remete ao nome da publicação, já que o mesmo é extenso. O nome Território Multicultural foi disposto na vertical e no início da logomarca. Assim, facilita a legibilidade e valoriza a estética da criação, além de transmitir a ideia de modernidade e jovialidade. Para se enquadrar neste conceito, a fonte foi a Moderna no tamanho 147 para a sigla TMC e 12 para o nome da revista localizada na lateral.

Os círculos coloridos da logo remetem a proposta de ser multicultural e representam as culturas, as sociedades diferentes que estão presentes na publicação, ou seja, a revista é o território onde várias culturas se encontram. As cores, conforme explicado acima, são vibrantes e remetem a algo moderno e estilizado.

4.4 Fotos

As fotografias são elementos essenciais nas revistas impressas, pois elas informam e complementam o conteúdo de uma página. Em muitos casos, as características da fotografia são tão completas que dispensam uma informação complementar, como por exemplo, a legenda. Para Silva (1985) as fotos “além de embelezarem plasticamente, muitas vezes, devido às suas características imaginéticas, carregam toda a carga emocional e informativa de uma ação ou de um fato qualquer [...]”

Optou-se por fotos focadas na imagem para não causar impressão negativa ao leitor, no sentido de achar que houve erros profissionais no momento de acionar o botão para

registrar a imagem. Para a realização das fotos foram escolhidos os seguintes planos: Grande plano geral; Plano Americano; Plano Médio; Primeiro Plano ou *Close-up*; Primeiríssimo Plano ou *Big Close-u*; Plano de Detalhe ou *Extreme Clouse-up*.

A disposição das fotografias foi trabalhada para valorizar a página de acordo com as zonas de visualização. Para isso, o alinhamento acompanha a diagramação dos textos o que permite melhor visibilidade e legibilidade.

4.5 Elaboração de Pautas, entrevistas e reportagens

As pautas foram produzidas a partir do levantamento de dados específicos sobre cada editoria. Procurou-se realizar o embasamento teórico dos assuntos e conhecimento pessoal de cada entrevistado por meio de pesquisas para elaborar o histórico da pauta e as perguntas. As pautas serviram como norteadoras para que o repórter pudesse guiar a entrevista e ser mais claro e objetivo.

Procurou-se marcar as entrevistas com antecedência necessária para não haver contratempos, levando em consideração que alguns dos entrevistados residem em outras cidades, como Santa Rita do Sapucaí, Córrego do Bom Jesus, Gonçalves, Itajubá, Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro.

Para facilitar a produção das matérias, a equipe optou por gravar tanto em áudio como em vídeo todas as entrevistas. As entrevistas foram realizadas por um ou mais repórteres para facilitar a execução da pauta no estilo de perguntas e respostas e também para que um segundo repórter desse suporte e ficasse responsável pelas fotografias.

As matérias foram elaboradas no estilo de jornalismo de revista não utilizando a pirâmide invertida, o *lead* (o que, quem, onde, quando, porque, como). Para isso, usaram-se as decupagens, pautas, fotos e documentos para escrevê-las, além de procurar transmitir qualidade e objetividade de informações em cada matéria.

Os textos da revista Território Multicultural foram escritos em narrativas com o objetivo de permitir ao leitor a sensação de estar inserido no conteúdo da matéria. Foram utilizados aspectos do jornalismo humanizado para que os textos fossem mais descontraídos e atraentes. A publicação conta também com textos em forma de entrevistas diretas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A edição 01, da revista Território Multicultural apresentada neste *paper* foi desenvolvida pelos alunos do 8º período do curso de jornalismo da Universidade do Vale do Sapucaí, durante o segundo semestre letivo do ano de 2011. A publicação possui 13 editorias que distribuídas em 44 páginas e foi impressa em cores no papel couchê, sendo a capa em 150g e as páginas internas em 90g. O tamanho escolhido foi 25,7 cm x 30,4 cm. A tiragem foi de 15 exemplares que foram distribuídas aos membros do grupo, a banca examinadora e para o acervo da biblioteca da universidade. A revista está disponível para visualização *online* no endereço <http://issuu.com/revistatmc/docs/tmc1>.

A linha editorial prima por temáticas que não contemplem linhas sensacionalistas e de espetacularização de um fato. O termo Multicultural foi escolhido como ponto de partida do projeto para explorar com maior dimensão os temas trabalhados.

Tendo como base essas premissas, as reportagens foram escritas baseadas em fontes pouco exploradas pelas mídias convencionais que contribuíram significativamente com o projeto, por terem opiniões diversificadas sobre os assuntos abordados. Além das reportagens na publicação outros elementos editoriais compõe as páginas da revista como editorial, artigos, fotos, gráficos e gravuras.

Na publicação buscou-se a imparcialidade e os textos foram escritos de forma direta e objetiva, para levar aos leitores da Território Multicultural informações relevantes. E todas as pautas foram elaboradas atendendo o conceito desenvolvido neste trabalho, que entende-se cultura como um conjunto de conhecimentos, ideologias, crenças e costumes de um povo.

6 CONSIDERAÇÕES

A revista Território Multicultural é uma publicação que abrange temas presentes no cotidiano e foi desenvolvida com assuntos dos mais diversificados. A proposta da TMC é propagar o termo cultura proporcionando acesso a conteúdos culturais.

A equipe esteve atenta a todo o processo, desde os elementos presentes no *design* gráfico, à qualidade do papel e o acompanhamento gráfico. Além disso, as matérias foram produzidas com informações relevantes e em uma linguagem especializada de revista. É necessário

lembrar que a TMC não limita cultura apenas a manifestações artísticas, mas a tudo o que está presente no cotidiano de uma sociedade como, as crenças e os costumes.

A revista Território Multicultural tem a proposta de conquistar pessoas que queiram ser Agentes Multiculturais, terminologia criada pelo grupo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLARRO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. 3 ed. ver. e ampl. São Paulo: Summus, 1996.

SCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Annablume, 2003. Acesso em 29 de out. 2011. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=ptR&lr=&id=Tj6wNTGp2gEC&oi=fnd&pg=PA9&dq=cores+planejamento+gr%C3%A1fico&ots=S1CPs3Hshz&sig=p14JvIDtIDluKI5Mbwfro5hmE00#v=onepage&q=cores%20planejamento%20gr%C3%A1fico&f=false>

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2001.

NUNES, João Arriscado; SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução: para ampliar o cânone do reconhecimento, da diferença e da igualdade**. Acesso em 02 de nov. 2011. Disponível em: <http://www.ces.fe.uc.pt/emancipa/research/pt/ft/intromulti.html>

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2ª reimp. da 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 12ª reimp. da 16ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. V. 7. São Paulo: Summus Editorial, 1985. Acesso em 02 de nov. 2011. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=nGUYtm8wMsMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine**. São Paulo: Summus, 1996.