

## **Revista-Laboratório GIRÔ: olhares plurais para a comunicação<sup>1</sup>**

Kássio Kennedy Freitas PEREIRA<sup>2</sup>

Karla Nascimento de ALMEIDA<sup>3</sup>

Lidiane Pereira DIAS<sup>4</sup>

Shiuêillize Drielle Brás dos SANTOS<sup>5</sup>

Fernanda de Melo FELIPE-SILVA<sup>6</sup>

Universidade Vale do Rio Doce, Governador Valadares, MG

### **RESUMO**

Em 2011, por meio da disciplina Jornalismo de Revista, foi lançado aos alunos do 7º período do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo da Univale um instigante desafio: desenvolver a edição de nº 10 da revista-laboratório GIRÔ tematizando o dinâmico universo da comunicação na vida social e os profissionais que nele atuam. O resultado foram produções jornalísticas com ângulos diversos e valorização da comunidade local, gerando identificação e interesse por parte do público leitor para (re)descobrir sua própria história e seu cotidiano. Além disso, os alunos puderam resgatar saberes e conhecimentos apreendidos ao longo do curso e experimentar a produção desse singular dispositivo midiático: a revista.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo de revista; comunicação; revista-laboratório; Univale.

### **INTRODUÇÃO**

A comunicação vai muito além das técnicas perfeitas dos profissionais capacitados na academia; essas técnicas se unem à necessidade de se comunicar, inerente ao Homem. Thayer (1972) alerta que para a comunicação ser limpa, sem ruídos entre emissor e receptor, a mensagem precisa ser compreendida em seu contexto, pois só assim o resultado esperado será alcançado. A comunicação precisa ser estudada de forma profunda para se entender o todo que envolve o processo comunicacional.

As teorias da comunicação trabalham nesse sentido, pois para falar em comunicação não deve se ter uma abordagem leiga, criando um perfil de fácil compreensão no que diz respeito ao simples envio da mensagem que será assimilada com presteza por seu receptor.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista impressa (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e recém-graduado (2011) do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, email: kassio.jornalismo@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Período do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, email: nasci.karla@gmail.com

<sup>4</sup> Recém-graduada (2011) do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, email: lidianepdias@gmail.com

<sup>5</sup> Recém-graduada (2011) do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, email: shiu-301@hotmail.com

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação: Jornalismo, email: fernandamelo@univale.br.

Como a comunicação faz parte do cotidiano dos sujeitos, mas apresenta pontos que precisam ter uma abordagem minuciosa para a quebra desses ruídos, a revista-laboratório GIRÔ, em sua décima edição, buscou esse “mundo” comunicativo em suas diversas facetas. A revista é uma publicação do curso de Comunicação Social – Habilitação Jornalismo da Universidade Vale do Rio Doce (Univale), desenvolvida pelos alunos do 7º período por meio da disciplina Jornalismo de Revista. Os graduandos envolvidos na feitura do produto têm total liberdade para conceberem o projeto, desde a escolha da temática, público, especificações técnicas (formato, cores, papel, número de páginas) e projeto gráfico.

Fazer jornalismo de revista é dar um mergulho bem próximo à literatura. Coimbra (1993, p. 18) aponta que “... se existe uma fronteira entre a narrativa literária e a jornalística, ela não é facilmente demarcável”. A sedução que o texto deve ter se diferencia das notícias factuais do jornalismo diário, além de ser necessário que se esgote o assunto e se tenha um bom uso do vocabulário. A revista é a forma de se trabalhar a criatividade, o texto bem elaborado e, acima de tudo, a capacidade interpretativa do profissional.

“(...) Um bom começo é pensar. Pensar, porque escrever é fazer funcionar de modo organizado a lógica do pensamento. Sem isso, dificilmente um texto mais longo alcançaria seu objetivo maior: prender a atenção do leitor do início ao fim.” (BOAS, 1996, p. 13).

Para se escrever em revistas é preciso ter claro que a interpretação e a investigação são dois pontos cruciais, porém a dificuldade desse tipo de texto é prender a atenção do leitor. A reportagem precisa instigar o leitor a querer lê-la e o estimular a continuar a leitura após o primeiro parágrafo. Seduzir o leitor é a primeira consequência de um bom texto. (BOAS, 1996)

Scalzo (2009) lembra que uma revista é a linha de encontro entre o editor e o leitor. É a partir dela que se cria identidades, vínculos, grupos formadores de opinião e estilo. “Não é à toa que leitores gostam de andar abraçados às suas revistas – ou de andar com elas à mostra – para que todos vejam que eles pertencem a este ou aquele grupo.” (p. 12).

Ainda de acordo com a autora, a revista, diferente do jornal impresso, trata seu leitor de você. A aproximação que esse veículo tem com seu público auxilia e faz parte da essência desse tipo de jornalismo. “É na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando.” (SCALZO, 2009, p. 15). É na GIRÔ que os alunos puderam sentir e colocar em prática esse outro viés do

jornalismo, usando uma linguagem mais próxima, interpretativa e voltada para um público formador de opinião.

Após inúmeras discussões, os alunos do 7º período se depararam com a seguinte temática para a edição que estava prestes a ser iniciada: falar de comunicação em todos os seus ângulos, desde o uso da internet como ferramenta de trabalho e relacionamento, passando pela história de veículos como o rádio e o cinema; o uso de carros de som para noticiar a morte de alguém ou para as vendas diretas nas portas das lojas; e ainda sobre temas que norteiam a profissão de jornalista.

Os alunos decidiram que abordar a comunicação somente no âmbito do jornalismo não aproximaria os profissionais de outras áreas. Escolher e tratar da comunicação deveria ter uma característica fundamental do jornalismo: a proximidade. A revista-laboratório GIRÔ teria que conseguir estabelecer uma ponte entre comunicadores e receptores. O foco no cotidiano dos valadarenses em relação à comunicação se mostrou a oportunidade dos estudantes “quase” jornalistas formados estarem mais perto da área que escolheram para atuar.

Assim, chegou-se à conclusão que a 10ª edição da GIRÔ deveria ser dinâmica para acompanhar uma das muitas características da temática principal, sem perder a formatação jornalística, criando uma revista atrativa aos olhos do leitor. Pensando em um veículo acadêmico e na interdisciplinaridade, a revista GIRÔ contou com o auxílio dos cursos de Letras, na revisão gramatical dos textos, e Design Gráfico, na diagramação e ilustração.

## **OBJETIVO**

A edição nº 10 da revista-laboratório GIRÔ objetivou abordar os diversos assuntos que permeiam o universo da comunicação, não especificamente o do jornalismo, mas sim os hábitos, as necessidades e as diversas formas que o ser humano utiliza para se comunicar. O estímulo foi para que os alunos do 7º período de jornalismo pautassem a comunicação em sentido amplo e plural. A revista GIRÔ segmentada foi a forma encontrada de aplicar diversos saberes e conhecimentos apreendidos pelos alunos nos quase quatro anos de curso.

## **JUSTIFICATIVA**

Nos últimos anos o número de títulos de revistas vem crescendo consideravelmente. Segundo pesquisa realizada pela Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER), em 2001, o número de títulos no Brasil era de 2.243; já em 2010, este número chegou a 4.705; um aumento de mais de 50% em menos de uma década. Este crescimento se deve à segmentação cada vez mais intensa do mercado e a um público exigente e sedento por informação. Segundo SCALZO (2009), “é na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando” (p. 15).

De acordo com França (1998), para que um veículo de comunicação sobreviva no mercado não basta que este se sustente apenas a partir da lógica do poder. Para a autora, o veículo só é capaz de se manter “à medida que consegue se alimentar da força (ou potência) emanada da vida social.” (FRANÇA, 1998, p. 20). Ainda segundo França, a sociedade capitalista não criou as relações de informação, porém, esta cultura desenvolveu novas necessidades e formas de atendê-las. Ela esclarece que “o mercado é uma das esferas que vem determinar as características do jornalismo atual, mas não é a única; ele é um espaço mesmo de circulação da informação, mas não constitui sua pulsão de origem” (p. 27).

As matérias da 10ª edição da GIRÔ trataram a comunicação não só sobre o prisma dos meios de comunicação tradicionais, mas levando em consideração as formas “autônomas” de comunicação observadas na cultura da cidade de Governador Valadares. Nesse ponto, França (1998) nos esclarece que o novo panorama da comunicação midiática e da sociedade da informação não se explica somente a partir de sua dimensão tecnológica, é necessário “incorporar também o movimento vivido pela sociedade como um todo, pelo conjunto da vida social” (p. 21). Ao mergulhar nas páginas da revista, o leitor consegue visualizar e entender o que foi proposto pelo repórter, as matérias são atemporais o que faz da revista-laboratório Girô, como diria SCALZO, (2009) um objeto querido, fácil de carregar e de colecionar (p. 15).

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

“As revistas, em geral, obedecem a um discurso institucional que lhe é próprio, magazines sobre automóveis vendem a cultura do automóvel (...), os de informática, a cultura dos computadores (...)” (LAGE, 2005, p. 29) A GIRÔ, por ser uma revista-laboratório que cumpre a disciplina Jornalismo de Revista do curso de Jornalismo da Universidade Vale do Rio Doce (Univale), teve a liberdade de experimentar uma

abordagem temática sobre sua própria área de estudo: a comunicação. A proposta editorial discutida e escolhida na primeira reunião de pauta pelos alunos foi fazer um “giro” pelo universo da comunicação em Governador Valadares.

Como descreve Eduardo Galeano, citado por Luiz Costa Pereira Júnior:

O veículo, dotado de “personalidade”, de “caráter”, terá um jeito próprio de abordar as questões em que se detém, uma escolha específica de temas prediletos, e esse olhar vai definir a forma que o objeto tomará para o público. (PEREIRA JUNIOR, 2009, p. 97)

Pensar esse público foi um elemento que colaborou para a criação das pautas. A distribuição direcionada dos 500 exemplares se destinou a empresas de comunicação, profissionais da área, formadores de opinião, bibliotecas e outros cursos de Jornalismo do País, representantes do poder público e pontos comerciais. Tratou-se de uma estratégia para que o mercado conhecesse o trabalho dos graduandos e do curso de Jornalismo.

Nas primeiras reuniões de pauta os alunos temeram que a revista temática pudesse ser tornar enfadonha, que as pautas seriam muito parecidas. Mas essa foi uma impressão que se mostrou falsa durante o processo. A cada proposta apresentada ao grupo, novos olhares, dicas e possibilidades foram surgindo e se revelando muito interessantes.

Com o plano de voo em mãos, a equipe partiu para o trabalho de apuração. O ritmo de produção da revista foi diferente das redações comerciais. Os alunos tiveram um tempo maior - cerca de três meses - para conceber, planejar, apurar, redigir e editar as reportagens, o que possibilitou uma abordagem mais criativa e contextualizada dos temas propostos. Assim, “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.” (VILAS BOAS, 1996, p. 9). Já SOUZA destaca que

se a notícia é o gênero básico do jornalismo, a reportagem é o seu gênero nobre, o gênero jornalístico por excelência. O principal objectivo de uma reportagem é informar com profundidade e exaustividade, contando uma história. (SOUZA, 2001, p. 259)

A capacidade de transcender ao texto meramente noticioso para se aproximar do jornalismo literário conferiu à GIRÔ reportagens que contam histórias que resgatam a história local e reforçam a identidade cultural da cidade. Assim, as reportagens da GIRÔ apresentam uma Valadares que foi embalada pelas ondas do rádio na década de 1940 e

pelos telões que prendiam os olhares da população a partir de 1950. Mas como a história é um processo dinâmico, chegamos no século 21 com a “melhor-idade” conectada, os namoros via internet e a possibilidade de ganhar dinheiro através das redes sociais. E quem haveria de imaginar que algumas tradições ainda se mantivessem diante de tanta tecnologia?

A GIRÔ também conseguiu identificar a comunicação fora das grandes mídias, como os anúncios ao vivo nas portas de loja para atrair os clientes, os carros de som que anunciam falecimentos pelas ruas da cidade e o personagem histórico, vendedor de quebra-queixo, que atrai o público pelas histórias e brincadeiras ao microfone em cima de uma bicicleta.

Com os textos redigidos era hora de acionar outros saberes. A proposta de interdisciplinaridade, através da parceria com os cursos de Design Gráfico e Letras, foi iniciada na edição 9 da revista e mantida em 2011. Como esclarece Gusdorf, citado por Lopes (2005), a interdisciplinaridade não nega as especialidades e respeita o território de cada campo do conhecimento, a ideia é de complementaridade, em que os especialistas trabalham conscientes de seus limites e acolhendo as contribuições de outras disciplinas.

Nesse sentido a colaboração dos alunos do curso de Letras foi de grande valia na revisão textual do material jornalístico, primando pela qualidade ortográfica do texto. Com os alunos de Design Gráfico o processo de parceria se deu desde a concepção do produto à impressão na gráfica contratada. A proposta era garantir o desenvolvimento de uma revista que tivesse a “cara” da turma. Que zelasse pela credibilidade e seriedade da informação jornalística ao mesmo tempo em que fosse atrativa, mais despojada e menos “sisuda”. Tanto que é inédita a publicação de caricaturas dos alunos e da professora nas páginas finais da revista. Trabalho artístico desenvolvido por um aluno do curso de Design Gráfico especialmente para essa edição.

Foi um verdadeiro exercício de ambos os lados para se chegar ao produto final. Uma verdadeira “briga boa”. A turma do Design Gráfico priorizava as áreas de respiro e a valorização das imagens, enquanto a equipe de jornalismo precisava de mais espaço para os textos, exercitando, muitas vezes a arte de cortar palavras. Mas o resultado compensou todo o esforço. Durante a edição jornalística a composição visual nas páginas seguiu as dicas de Pereira Júnior (2006) primando pela simplicidade, unidade, harmonia, proporção, equilíbrio e tipografia que tornassem o produto mais agradável ao leitor.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A edição 10 da revista-laboratório GIRÔ tem um total de 56 páginas e tamanho 21x28cm. A capa foi impressa em papel chouchê fosco 230g, policromia, com laminação fosca e verniz localizado. Já o miolo foi feito no couché fosco 90g, em apenas uma cor (preto), e verniz base d'água F/V. O acabamento da revista se deu com grampo a cavalete.

A escolha pelo miolo em monocromia deu-se em face de ampliar o número de exemplares para distribuição, visto que se fosse toda colorida a verba disponível pela universidade restringiria a tiragem a um número bem menor que os 500, que são distribuídos gratuitamente.

Contudo, o que foi a princípio visto como dificuldade transformou-se em possibilidade pelos alunos do curso de Design Gráfico, que exploraram a escala de cores desde o branco, passando por diversos tons de cinza, nas fontes, como fundo de página, nas infografias, ilustrações, vinhetas e fotografias.

A capa ousou ao utilizar cores fortes como o verde e o laranja, apresentando a imagem de um menino cuja cabeça sai um turbilhão de ícones referentes à comunicação, como rádio, televisão, símbolos de redes sociais e outros.

A logomarca da revista foi alterada para se adaptar ao novo projeto gráfico desenvolvido pelos alunos do curso de Design Gráfico. O nome GIRÔ passou por uma reformulação no intuito de transmitir essa via de mão dupla que é a comunicação. A letra “i” aparece como uma seta que ascende verticalmente enquanto o “r” forma uma seta para baixo. Esse ícone, setas entrando e saindo, figura como fundo em todos os títulos, no sentido de transmitir visualmente que as informações não são estáticas, fechadas em si, mas se movimentam, se reorganizam e se ressignificam quando chegam ao leitor.

Além das reportagens já citadas, a revista-laboratório GIRÔ apresenta ainda matérias sobre moda e televisão, fotografia digital e a sociedade do espetáculo, o trabalho dos fotojornalistas e repórteres fotográficos, Palavras desenhadas, como os chargistas retratam o cotidiano com humor, ironia e inteligência, o uso dos meios de comunicação pelas instituições religiosas, a importância da formação acadêmica em jornalismo e reflexões sobre a ética profissional.

Além de reportagens, a edição 10 da GIRÔ traz uma entrevista ao estilo pingue-pongue com o fundador do curso de Jornalismo na Univale, uma enquete com diversos profissionais da comunicação sobre o porquê de terem escolhido tal carreira, um ensaio

fotográfico sobre os bastidores da notícia, numa perspectiva de mostrar o trabalho que se tem para uma matéria ser publicada ou ir ao ar.

Outra seção que compõe a revista são as dicas de livros e filmes que tratam da área de comunicação dadas por profissionais que já atuam na área da comunicação em seus diferentes postos, como designers, jornalistas, repórteres e professores universitários. Editorial, expediente, sumário e anúncio publicitário dos cursos de Letras, Design Gráfico, Jornalismo e um institucional da universidade também figuram na revista.

## CONSIDERAÇÕES

A tendência do crescimento de revistas no Brasil, em especial as segmentadas, fez com que os alunos entendessem melhor sua área de atuação percebendo a comunicação não como um sistema constituído por relações rígidas e fechadas, mas como uma instância global, um emaranhado complexo formado por dinâmicas relações que se desdobram pelos elementos que a compõem: os interlocutores, a palavra construída, o contexto.

A possibilidade de um mergulho intenso na seara da comunicação, no qual os alunos do 7º período de Jornalismo se encontravam imersos há sete semestres, proporcionou reflexões importantes sobre o fazer jornalístico, em especial o de revista. Sem negar a cultura midiática dos magazines comerciais, tentaram buscar - em alguma medida - desenvolver novas linguagens estéticas e narrativas, aproveitando ao máximo a academia como lugar de experimentação e crítica.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**: um curso sobre a sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993. 183 p.

FRANÇA, Vera Veiga. **Jornalismo e vida social** – A história amena de um jornal mineiro - Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998. 259 p.

FURTADO, Maria Célia. **Mercado Brasileiro de Revistas**. Apresentação em PDF para o 34º Fórum Análise Mercado ANAVE 2009. Disponível em: [www.anave.org.br/forum2009/anave2009pdf/mariacelia.pdf](http://www.anave.org.br/forum2009/anave2009pdf/mariacelia.pdf). Acesso em: 08/04/2012.

LOPES, Ester Barbosa. **Interdisciplinaridade**: caminho para o diálogo. 2005. 82 f. Monografia (Especialização) - Universidade Vale do Rio Doce. (2005)

LAGE, Nilson. **A reportagem:** teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. 189 p.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística.** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, c2009. 198 p. (Coleção fazer jornalismo)

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009. 112 p.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso.** Porto: 2001. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf> acesso: 02/11/2011.

THAYER, Lee Osborne. **Comunicação:** fundamentos e sistemas. 2. ed. São Paulo: Athas, 1972. Cap. 7, p. 72-73.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine:** o texto em revista. Summus Editorial: São Paulo, 1996. 129 p.