

Revista Fraude #9: o processo de produção de uma revista-laboratório especializada em jornalismo cultural¹

Paula MORAIS²

Amana DULTRA³

Graciela NATANSOHN⁴

Universidade Federal da Bahia

Resumo: A revista Fraude é uma publicação anual de jornalismo cultural que aborda temas ligados à cultura, arte e comportamento. A Fraude, que possui tiragem de 1000 exemplares, almeja não se desvincular do contexto em que está inserida: a cidade de Salvador. A revista é uma produção do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (PETCOM/UFBA), sob o processo de orientação tutoriada.

Palavras-chave: Jornalismo Cultural; Jornalismo de Revista; Revista-laboratório.

1. INTRODUÇÃO

A revista é um produto jornalístico surgido na década de 60 do século XVII, na Alemanha (ALI, 2009), e é caracterizada pela periodicidade - seja quinzenal, mensal ou anual. Hoje, a revista é um dos principais meios de comunicação impresso e isso se dá pelo seu material durável, por uma busca de identidade visual própria e também de uma identidade com o leitor. Essa importância pode ser atribuída à sua diversidade temática e estilística, bem como à sua abrangência a diversos públicos.

A revista Fraude surgiu em 2004, com a proposta de movimentar o cenário das publicações impressas de Salvador, especialmente no que tange ao jornalismo cultural. Este projeto é desenvolvido pela tutora e pelos 12 bolsistas do PET, que são alunos de Jornalismo e de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA. O PET é um programa de excelência financiado pelo Ministério da Educação (MEC) que busca proporcionar aos seus integrantes uma vivência universitária que contemple o tripé acadêmico: ensino, pesquisa e extensão.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade revista-laboratório avulsa.

² Aluno-líder do grupo e estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo, email: pmorais78@gmail.com

³ Estudante do 5º semestre do Curso de Jornalismo, email: amanadultra@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: graciela71@gmail.com

Tendo uma periodicidade anual, a Fraude propõe-se a ser uma revista laboratorial, em que cada edição é feita por uma equipe diferente, responsável por dar a cada publicação uma marca nova, dentro do mesmo projeto inicial. Por isto, mesmo preservando a missão da revista, o formato e o projeto editorial sofrem sempre mudanças, reforçando o seu caráter experimental enquanto laboratório para os graduandos.

Deste modo, ao ter como fio condutor uma análise sobre a Fraude #9, sob a perspectiva da editoração, faremos um panorama sobre o que é revista, seguido de uma explanação sobre o jornalismo cultural e aspectos editoriais da publicação.

2. OBJETIVO

A revista Fraude propicia aos alunos-bolsistas uma experiência por meio dos métodos de produção, edição e distribuição de mídia impressa; processos de assessoria de comunicação, de elaboração de projetos de captação de recursos e da própria rotina jornalística, cumprindo o papel de proporcionar a realização de atividades relacionadas à formação profissional dos estudantes e suprimindo as lacunas existentes no ensino de revista no Brasil.

Embora os dados da Associação Nacional de Editoriais de Revistas (ANER) tenham apontado um aumento de títulos registrados no mercado em 2010, com mais de quatro mil nomes, 440,6 milhões de exemplares comercializados e a movimentação de R\$ 4, 7 bilhões, no Brasil (CONTAFIO, 2009), os jornalistas interessados nessa formação, além do ensino na graduação, podem contar somente com: 1) o curso da Editora Abril, destinado a profissionais em início de carreira; 2) especializações ou cursos de capacitação eventualmente oferecidos por instituições privadas (e portanto sem uma avaliação continuada de sua qualidade) ou 3) pelo autodidatismo.

A Fraude, dessa forma, tem o intuito de proporcionar aos alunos, que conheçam as principais peculiaridades da publicação de uma revista, tendo por finalidade prepará-los para envolver-se na produção de um veículo de comunicação como este. Esta publicação laboratorial também é uma forma de criar um canal de comunicação entre o PET e a Faculdade de Comunicação da UFBA, exigindo dos bolsistas permanente interação com a realidade extra-acadêmica, concretizando o desejado vínculo entre a universidade e seu entorno social.

3. JUSTIFICATIVA

Em Salvador, a oferta de publicações periódicas em circulação é pequena e, tendo em vista esse cenário escasso, a revista Fraude se propõe a ser uma publicação voltada para o público jovem e universitário que debate questões relativas à cultura. Como temas culturais compreendem-se aqui tendências e comportamento, artes – cinema, música, dança, teatro, fotografia, história em quadrinhos, artes plásticas –, televisão, gastronomia, esporte e cibercultura, buscando-se sempre dar um enfoque soteropolitano a estes assuntos.

No entender do PETCOM, o aprendizado do fazer jornalístico torna-se mais rico quando há a possibilidade do estudante de participar de todas as etapas da produção de um produto de comunicação, seja ele impresso ou não. O processo pedagógico que envolve a revista Fraude parte desse princípio, oportunizando aos integrantes da equipe vivenciar uma dinâmica próxima à da redação e, ao mesmo tempo, tomar decisões de forma autônoma, sem ter que responder a um chefe ou à política editorial de uma empresa ou órgão estatal.

Não havendo na grade curricular da Faculdade de Comunicação da UFBA, bem como na maioria das universidades públicas do país (SANTOS, 2007) uma disciplina que ofereça os conhecimentos necessários para todas as etapas de produção de uma revista, a Fraude é a oportunidade dos estudantes de aprendê-los.

O modelo de revista-laboratório propicia aos estudantes um espaço de experimentações de formato e linguagem, tanto nos elementos textuais quanto imagéticos, sem que seja necessária, por exemplo, uma preocupação com a lucratividade do produto ou com os anunciantes, tendo em vista que a revista é financiada pelo MEC.

O próprio formato de revista permite o aprendizado diferente do fazer jornalístico do veículo diário. Desde as técnicas de reportagem, em que na revista ainda é imprescindível o contato presencial; passando pela linguagem, que não está subordinada ao lead; e também pelo formato, que admite reportagens mais aprofundadas e longas (SANTOS, 2007).

Além disso, a revista é fruto de um projeto que agrega o pilar básico da universidade pública, ensino-pesquisa-extensão, por meio da pesquisa sobre jornalismo cultural e jornalismo de revista e da realização de oficinas para estudantes de comunicação em Salvador a respeito de capacitação do uso de *softwares* de diagramação – resultado do aprendizado com a diagramação da própria revista –; de oficinas voltadas para interessados em fotografia, estudantes de comunicação ou não, sobre capacitação em *softwares* e tratamento e indexação de imagens – resultado da experiência com a editoria de fotografia –

; e de curso de jornalismo de revista, também para estudantes de comunicação de Salvador, sobre as dinâmicas de produção de um periódico.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Assim como um livro, a revista também tem o processo de editoração e são, inclusive, muito similares. Primeiro, a equipe reúne-se e faz um balanço da edição anterior. A partir disso, são propostas as mudanças. Em seguida, acontece a reunião de pauta - onde é decidido o tema, o enfoque e o formato de cada matéria –, a apresentação da pré-pauta – já com contexto e fontes iniciais – e, por fim, apresentação da pauta, completando as fases do amadurecimento da matéria.

Posteriormente, a equipe parte para a apuração, que dura cerca de dois meses. Essa etapa consiste na busca de informações que auxiliam no texto final. Cada bolsista, com seus respectivos conteúdos jornalísticos – já que a apuração não é somente associada a matérias – vão à procura de arquivos, documentos, fontes para serem entrevistadas, pesquisas que possam ajudar na construção e checagem dos fatos. Os conteúdos jornalísticos são entregues com as suas primeiras e segundas versões, corrigidos pela tutora e pelos demais bolsistas, fazendo com que o grupo tenha conhecimento de todo o trabalho. Após entrega da versão final dos conteúdos, a equipe de diagramação começa a atuar na construção da revista.

A diagramação leva em média três meses e consiste no processo de organizar, harmoniosamente, todos os elementos de uma matéria (fotos, imagens, ilustrações, texto) no espaço delimitado pré-estabelecido pelo grupo. Além de harmoniosa, essa organização tem que seguir as instruções do projeto gráfico e a linha editorial da revista. Para diagramar, a equipe utiliza três programas basicamente: o *Illustrator*, para a construção de ilustrações; o *Photoshop*, para o tratamento, recorte e manipulação de imagens em geral; e o *InDesign*, que é o *software* utilizado para a montagem da página em si, no qual o diagramador une os textos com as imagens já tratadas. Enquanto a revista está na gráfica, as equipes de produção e de assessoria são responsáveis por divulgar e concretizar o lançamento da edição.

A equipe que assessora o evento, realiza um plano de assessoria de imprensa que consiste no envio de informações jornalísticas à imprensa, como releases e ou sugestões de pautas. São pensados em *press-kits* – que podem ser pacotes de releases junto ao produto,

fotos de divulgação, brindes promocionais – com o intuito de incitar o jornalista na busca de informações sobre o lançamento e a revista Fraude. Também é produzido um *mailing* para listar os contatos que solicitem interesse pelo produto e desejam receber informações sobre a Fraude.

Para acontecer o lançamento da Fraude, a equipe de produção escreve um projeto do evento para pedir apoio e também para servir como base para as pessoas entenderem sobre a Fraude e o evento. Além da distribuição gratuita dos exemplares no lançamento da revista Fraude, que foi em torno de 550 pessoas, também foi pensado em um plano de distribuição do produto. A revista também é entregue aos 120 novos alunos nas duas semanas do calouro da FACOM/UFBA, distribuída a partir da mala-direta, em que pessoas de todo o Brasil e exterior podem solicitar o envio do exemplar, em bibliotecas e faculdades de comunicação.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU DO PROCESSO

A revista tem três principais funções: informar, instruir e divertir. Marília Scalzo (2004), autora do livro *Jornalismo de Revista*, afirma que a fórmula dos periódicos hoje é uma mescla de informação e entretenimento. Ela ressalta que existem três pontos relativos à revista que a diferenciam de todos os outros produtos jornalísticos: a periodicidade, a qualidade do material e o apelo visual.

É esta periodicidade característica da revista que diferencia, principalmente, a sua produção da produção de um jornal diário, pois não é exigido um conteúdo factual. Isto torna necessária a busca de novos ângulos de temas antes divulgados nos outros meios, seja impresso, rádio, tele ou online. No caso da revista Fraude, por ter uma periodicidade muito pequena, a preocupação no momento de pensar as pautas é exatamente a de não falar do factual, mas do atual, e de forma mais aprofundada, pois entre o processo de produção das matérias e o lançamento da revista são mais de seis meses e, neste tempo, os assuntos abordados não podem deixar de ser interessantes.

A qualidade do papel, da impressão e do acabamento grampeado, que são particulares à revista, pode ser explicada, especialmente, pela relação de afeto que a publicação busca construir com o seu leitor. Enquanto o jornal diário encarrega-se de tratar de assuntos de interesse público, a revista concentra-se na aproximação íntima com o leitor (SCALZO, 2004). Assim sendo, é muito comum, que os leitores façam coleções de suas

publicações favoritas e elas resistem ao tempo. A Fraude #9 foi grampeada tipo canoa (dois grampos), no tamanho de 30x42cm. O miolo foi impresso em papel *couché* fosco 90g, enquanto a capa foi impressa no mesmo tipo de papel com uma gramatura maior, 170g. A impressão foi feita em *offset*, técnica moderna que, quando voltada para uma tiragem volumosa, fica menos onerosa.

O apelo visual citado pela autora é referente à importância que a diagramação e as imagens têm nas revistas contemporâneas. Scalzo (2004) afirma que é uma boa imagem que cativa o leitor. Por motivos de orçamento a Fraude é, em sua maioria, impressa em preto e branco (P&B). A capa é colorida (4x4, ou seja, a contracapa também), do miolo, apenas quatro páginas têm cor (ou seja, 4x1), enquanto as outras 34 páginas são P&B.

Scalzo (2004) aponta que a crescente especialização e segmentação, tanto de público quanto de temática, é uma tendência trazida pelo aumento de circulação de periódicos. O jornalismo cultural faz parte de uma segmentação de interesse voltada para a arte e para o comportamento. São comuns perfis, críticas, *reviews*, entrevistas com artistas e reportagens sobre tendências urbanas. O mais importante, porém, é que o jornalismo cultural não é pautado por furos ou notícias quentes, diferenciando-se bastante da forma predominante de jornalismo por ser mais analítico.

Essencialmente, todo jornalismo é cultural (PIZA, 2004). A expressão usada para definir essa especialização jornalística é dada devido à reflexão e forma de diferentes concepções da imprensa sobre sociedade e cultura. Assim, essa vertente faz-se heterogênea, abordando meios, gêneros e produtos, com propósitos criativos, críticos ou de divulgação. Alguns objetos dessa abordagem são os campos das artes, letras, ciências sociais e humanas. No entanto, o espaço destinado aos propósitos da crítica jornalística cultural vem sendo a questão mais discutida atualmente. A situação dessa especialização jornalística tem a ver, hoje, com a sujeição da lógica mercantil e com as mudanças ocorridas na cultura contemporânea (VARGAS, 2004).

O questionamento que Herom Vargas faz é sobre como manter o aprofundamento e reflexão da crítica jornalística cultural, sendo que as características dessa produção se tornam rasas por conta das relações de negócio com o sistema capitalista. Herom Vargas (2004) afirma que atualmente a cultura é um enorme negócio e, dessa forma, o fazer jornalístico crítico nos veículos de comunicação se torna diferente das décadas anteriores.

A Fraude, como revista de jornalismo cultural e produto de estudantes de comunicação, possibilita exercer essa especialização jornalística sem a intervenção das

mudanças acontecidas na cultura contemporânea como a forte presença da publicidade ou das ações de assessorias. Além da revista, os estudantes também exercitam o senso crítico através do site da Fraude, onde escrevem sobre temas cotidianos de maneira jornalística.

5.1 Identidade da Fraude #9

O primeiro passo para conceber uma revista é definir qual será o seu conceito, ou seja, a sua razão de ser (ALI, 2009, p.46). É isto que guiará a equipe na hora de pensar pautas, de escolher a imagem da capa e também a pensar o design. Ter um conceito sólido e claro garante que o periódico tenha personalidade.

A filosofia da revista é composta pela missão editorial, pelo título e pela fórmula editorial. A missão editorial define os objetivos, o público leitor e o conteúdo. Todos os elementos da revista devem alinhar-se a isto. Esta é a missão editorial da Fraude:

Antes que nos denunciem, a gente estampa na capa. É Fraude mesmo. Aliás, o que não é fraude nesse mundo? É tudo cópia arrotando originalidade. Um monte de gente fazendo o que já foi feito e dizendo que foi o primeiro a fazer. Dizendo que é novo. Mentira. O novo é uma fraude – mas a Fraude não quer ser o novo. Então, o que é Fraude? (Editorial da Fraude #1, 2004, p.03).

A revista é voltada para jovens estudantes universitários, especialmente da UFBA, que tenham entre 17 e 24 anos, interessados em cinema, moda, artes visuais, música, teatro e tecnologia. Não fazemos, porém, distinção de gênero.

O título, por sua vez, deve resumir em uma expressão o conceito da revista. É importante que o público identifique-se com ele. Segundo Ali (2009), as principais características de um bom título são: ser claro quanto ao conteúdo, ser curto e destacar-se dos concorrentes. O título Fraude buscou atender a estes três critérios, resumindo-se a uma palavra que traduz a ironia proposta pela missão e também por ser um nome de destaque.

Já a fórmula editorial funciona como uma receita para objetivar a missão nos aspectos imagéticos e textuais. A fórmula, portanto, define o número de páginas da revista e quantas delas estarão destinadas à publicidade, além do número e conteúdo das seções fixas, das colunas e das matérias (ALI, 2009, p. 56).

O fator mais importante na hora de decidir o número de páginas é o orçamento. O orçamento da Fraude, por ser uma revista laboratorial financiada por parte da verba que o

MEC destina ao PETCOM, gira em torno de R\$ 3.000,00 e, na sua nona publicação, contou com uma tiragem de 1000 exemplares.

O orçamento também é fator decisivo em uma das principais características estéticas do periódico: o miolo preto e branco. Apesar disso se apresentar inicialmente como uma dificuldade, o grupo aprendeu ao longo desses oito anos a encontrar boas soluções e mesmo considerar que seja uma marca fundamental do estilo da revista. Isso se dá por dois motivos. O primeiro é com relação às dificuldades de orçamento enfrentadas por todos os produtos realizados dentro de uma universidade pública do país. Além de um orçamento apertado, o atraso da verba dificulta a realização dos projetos dentro do cronograma. O segundo, porque o preto e branco diferencia a Fraude das outras revistas e pressiona aos responsáveis da equipe pelos elementos imagéticos a serem criativos dentro das especificidades desta linguagem.

A capa da revista é sua vitrine (ALI, 2004), e por isso é preciso decidir entre fotografia e ilustração, pensar em chamadas e tornar o produto atraente. A capa da nona edição da Fraude foi pensada com uma barra colorida atrás no título, para garantir visibilidade, e foi utilizada uma fotografia que, com técnica manual – desenho a lápis de cor – foi modificada e ilustrada. Além disso, foram escolhidas quatro chamadas, sendo que a da matéria principal posicionamento diferenciado para ter mais destaque. Com as outras três, houve o cuidado de garantir legibilidade, utilizando uma barra transparente de cor contrastante.

Quanto às matérias da Fraude #9, pode-se elencar:

- a) As seções fixas são: o editorial (duas páginas), que engloba a carta do editor e a fotografia da equipe; e o índice, o nome dos que produzem a Fraude e os agradecimentos (duas páginas).
- b) A página destinada aos apoios, que equivalem à publicidade das revistas comerciais, (contracapa).
- c) As matérias, que neste número, contaram com seis tipos de texto: duas entrevistas, quatro reportagens, dois perfis, um guia jornalístico, um ensaio fotográfico e um conjunto de ilustrações.

Quanto às pautas que compuseram a nona edição da Fraude, vale ressaltar três aspectos: a reportagem voltada para uma apuração histórica minuciosa, a reportagem sobre tendência e comportamento, a reportagem sobre tema polêmico.

O primeiro aspecto, a reportagem sobre o Café Calypso – que fez um levantamento histórico sobre a efervescente cena rock de Salvador da década de XX, tendo como ponto de partida um antigo bar, que hoje não existe mais, onde os integrantes se reuniam – contou com a entrevista de quatorze fontes, entre elas importantes nomes do cenário da música baiana, como Fábio Cascadura (vocalista da destacada banda Cascadura), Chico Castro Jr e Luciano Mattos (ambos jornalistas e críticos musicais de importante jornal baiano), e também com investigação em banco de imagens.

Já o segundo, a matéria sobre a prática da modificação corporal, é reflexo da preocupação do corpo editorial da revista em não abordar as questões culturais apenas sob a perspectiva das artes ou da cobertura de eventos, instigando aos repórteres a irem para a rua e investigarem novos hábitos e práticas culturais urbanas contemporâneas.

A terceira matéria destacada, por sua vez, abordou o tema-tabu drogas sob o viés da política de saúde pública da redução de danos. Esta é uma pauta que não apenas é pouco trabalhado nos veículos de comunicação de massa, como também é estereotipado pelo discurso jornalístico. A proposta desta pauta foi procurar uma abordagem que, respeitando os critérios da objetividade e da imparcialidade, trouxesse um novo ponto de vista, sendo, portanto, o exemplo mais claro do exercício de autonomia dentro do corpo editorial.

Outros elementos, como a diversidade de formatos já citada, as experimentações em linguagem – a exemplo da entrevista de Duda Rangel, personagem de ficção que alimenta o blog *Desilusões Perdidas*⁵ cedida à mascote da revista, a Macaquicha – e a abordagem de temas-tabu – a exemplo também do tema erótico presente na reportagem sobre depilação artística e no ensaio sensual com a boneca Barbie – reforçam a realização do princípio da revista *Fraude*, em sua nona edição, como sendo um espaço para o aprendizado e a experimentação no fazer jornalístico.

6. CONSIDERAÇÕES

A experiência de produção de uma revista-laboratório, como a *Fraude*, enriquece a formação do estudante de jornalismo sob diversos aspectos. Primeiramente, no âmbito profissional, possibilita aos bolsistas o aprendizado de todas as etapas que envolvem a concepção de uma revista, o que não é possível dentro da grade curricular. Em segundo lugar, no âmbito pessoal, há o aprendizado do trabalho em grupo, o que inclui respeitar as

⁵ www.desilusoesperdidas.blogspot.com

diferentes ideias e sugestões, aprender a ceder, etc. É notável, também, a importância que a Fraude exerce em relação ao estímulo do senso crítico dos estudantes, a partir da liberdade dada ao bolsista para escolher a sua pauta e a área de interesse que deseja atuar na revista.

Além disso, a Fraude se propõe a contribuir para o jornalismo cultural soteropolitano, especialização jornalística que vem perdendo o lugar da crítica e dando espaço para o jornalismo de serviço da cidade, ao possibilitar ao estudante que exerça uma apuração mais profunda das matérias, contrariando o cenário da lógica mercadológica e atuando como prestador de serviço ao público baiano, uma vez que o estado é carente de jornalismo cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo, SP: Companhia Editora Nacional, 2009.

CONTAPIO. **Conteúdo a toda prova**. Disponível em

<<http://www.contafio.com.br/especiais/aner/revistas-crescem-mas-nao-em-publicidade-83.html>>. Acesso em 04/05/2012.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SANTOS, Marli dos; CAPRINO, Mônica Pegurer. **Revistas: deságio pedagógico no ensino de Jornalismo**. Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo, Brasília, v.1, n.1, p. 87-105, abr./jul. 2007. Disponível em:

<<http://www.fnpj.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/view/111/67>>. Acesso em 06/03/2012

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**, 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

VARGAS, Herom. **Reflexões sobre o Jornalismo Cultural Contemporâneo**. In: **Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**. São Bernardo do Campo, SP, n.4, ano 2, dezembro de 2004.