

Revista Curinga: Uma ideia na manga – aberta ao debate e fechada ao preconceito¹

Simião Davi CASTRO²
Allãn Passos de FREITAS³
Enrico MENCARELLI⁴
Lucas Araújo BORGES⁵
Luiza Xavier LOURENÇO⁶
Mayara GOUVEA⁷
Ruleandson do Carmo CRUZ⁸

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2012

RESUMO

Descreve a feição da revista Curinga, produto jornalístico desenvolvido pelos alunos do sétimo período do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto – Ufop, sob orientação de três professores, atuantes nos eixos de jornalismo (texto e produção), diagramação e foto, na disciplina Laboratório Impresso II - Revista. Apresenta a missão da publicação – informar e entreter por meio de matérias que promovam o debate e minimizem preconceitos –, as etapas produtivas das duas edições circulantes no segundo semestre de 2011, bem como evidencia alguns dos resultados alcançados pelos referidos alunos com a participação na revista impressa e no site da Curinga – Uma ideia na manga.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo de revista; Jornalismo Opinativo; Jornalismo Interpretativo; Jornalismo Literário; Planejamento visual.

1 INTRODUÇÃO

Com o lançamento da edição 00 em novembro de 2011, a revista Curinga é uma publicação produzida pelo sétimo período de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto – Ufop. Veiculada em dois volumes semestrais, impressos e virtuais, a Curinga é fruto da disciplina Laboratório Impresso II – Revista, sob orientação dos professores Ruleandson do Carmo, Priscila Borges e Anderson Medeiros, responsáveis pela redação, diagramação e fotografia, respectivamente.

“Uma revista aberta ao debate e fechada ao preconceito” – Esse foi o lema lançado no primeiro editorial da Curinga, que sintetiza o processo de elaboração do produto e unifica a concepção e as ideias dos alunos e dos professores. Processo que foi coletivo, no

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Laboratório Impressa (conjunto/série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo. email: simiaocastro@gmail.com

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: allanpassos90@gmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: enricomencarelli@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: luarab@gmail.com

⁶ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: luiza.xl@hotmail.com

⁷ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: mayara.oliveiragouvea@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: ruleandson@gmail.com.

âmbito da palavra. Com grupos formados por discentes, que sugeriram diversas roupagens e públicos alvo para a revista, efetuou-se por votação a escolha de uma dessas propostas – fazer uma revista de variedades voltada ao público jovem universitário – que, em seguida, sofreu ajustes de cada um dos alunos, chegando ao seu formato atual. E a *Curinga* continua aberta, com possibilidade de modificações a cada novo período que se inicia.

A escolha do nome foi ainda mais abrangente. Três títulos eleitos pela primeira turma foram disponibilizados para votação via *web*, para alunos dos outros períodos do curso de Jornalismo e da Ufop em geral. Assim, o nome *Curinga* foi escolhido, deixando para trás *Garrafa* e *Teia*, seus outros concorrentes.

O nome *Curinga* tem relação direta com seu homônimo do baralho: carta que se diferencia das outras e ao mesmo tempo pode assumir diversas faces. Essa também é a linguagem da publicação que, voltada ao público jovem, compromete-se a sempre se reciclar para acompanhar novas tendências e assuntos que pautam o cotidiano universitário. Descrever os processos produtivos da referida publicação é o objetivo do presente artigo.

2 OBJETIVO

A revista-laboratório foi idealizada como um produto que tratasse de temas do contexto jovem universitário sob um gênero próximo ao jornalismo opinativo, de maneira que se colocasse aberta ao debate e fechada ao preconceito, conceito que se tornou posteriormente o lema da revista. Assim, por meio da interação entre o projeto editorial e o projeto gráfico, a *Curinga* se apresenta como uma publicação dinâmica, com a intenção de que o leitor perceba seu caráter heterogêneo, capaz de conciliar informação, entretenimento e promoção do debate.

Além disso, o produto coloca-se como um elo entre as práticas jornalísticas e os alunos, à medida em que eles sugerem pautas, realizam apurações, entrevistas, produzem textos e diagramam as matérias. Desse modo, seguem uma linha de produção que remete ao funcionamento de uma redação jornalística, na criação do que Sérgio Vilas Boas chama de estilo *magazine*, que “pratica um jornalismo de maior profundidade. Mais interpretativo e documental que o jornal, o rádio e a TV; e não tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem” (VILAS BOAS, 1996, p. 9).

3 JUSTIFICATIVA

A produção da *Curinga* se justifica por permitir com que os alunos coloquem em prática as teorias aprendidas em sala de aulas. Além de desenvolverem os gêneros

interpretativo e opinativo, por meio de reportagens realizadas com maior tempo de produção e que priorizam o contraponto de ideias. Os estudantes, na editoria “Trocando cartas com...”, puderam trabalhar com as técnicas que envolvem a realização de uma entrevista aprofundada. Tanto o Jornalismo Literário quanto o Fotojornalismo também estiveram presentes. Este aparece na editoria “Retina” e aquele é base da construção das três editorias curtas da revista: Refrão, Prólogo e Poltrona, além de permear as construções textuais de praticamente toda a publicação.

Segundo Bahia (1990), o Jornalismo Interpretativo trabalha com informações mais elaboradas, buscando aquelas que, geralmente, não aparecem na mídia diária. Beltrão (1980) aponta que o Jornalismo Opinativo é o que comporta textos como editorial, artigo e crônica. Felipe Pena (2006) afirma que o Jornalismo Literário é um gênero que desenvolve as técnicas narrativas do jornalismo convencional. Pedro Celso Campos (2009), ao relatar as dificuldades de se fazer uma entrevista e citar algumas técnicas do processo, diz que a conquista do entrevistado é fundamental para que tudo ocorra bem. Já Rouillé discorre sobre a fotografia:

A modernidade da fotografia e a legitimidade de suas funções documentais apóiam-se nas ligações estritas que ela mantém com os mais emblemáticos fenômenos da sociedade industrial: o crescimento das metrópoles e o desenvolvimento da economia monetária; a industrialização; as grandes mudanças nos conceitos de espaço e de tempo e a revolução das comunicações (ROUILLÉ, 2009, p.29-30).

É necessário enfatizar a importância que este produto impresso assume diante do fato de ser a primeira publicação desse tipo (revista-laboratório) no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto – Ufop, implementado recentemente, no segundo semestre de 2008. Assim, essas duas primeiras edições surgem carregadas das expectativas das centenas de pessoas envolvidas com o curso. Com uma linguagem descontraída, e por linguagem entende-se texto e imagem, a revista que é lançada exprime, em todo o seu conteúdo, a dedicação de seus criadores (alunos e professores).

Revista é um veículo em que se percebe a importância da produção jornalística e do planejamento das matérias, desde os tópicos que serão abordados, passando pelas fontes e pelas informações textuais e visuais a serem apresentadas, pois não há modo de fazer jornalismo interpretativo sem se planejar e se produzir com tempo as matérias, dando voz a

várias fontes. A disciplina Laboratório Impresso II possibilitou também que os estudantes vivenciassem o clima de uma redação de verdade, aproximando-os da realidade da atuação profissional, a começar pelos desafios enfrentados. A escolha das pautas, a procura por fontes, a edição dos textos e imagens e o *deadline* foram alguns dos pontos com os quais eles tiveram que aprender a lidar.

Foi ainda uma oportunidade de fugir das amarras do jornalismo diário, pois a missão de promover um jornalismo aberto ao debate e fechado ao preconceito ajudou os alunos a poderem abordar temas comumente negligenciados pela mídia e não aceitarem definições por vezes apressadas de termos e situações presentes no nosso cotidiano, como decifrar o que é qualidade de vida, orientações sexuais, o humor, dentre outros.

Ao conceberem as diretrizes da parte gráfica da Curinga, os alunos e os professores envolvidos o fizeram com a ciência de que o planejamento visual é parte integrante e essencial da mensagem que se quer passar. Neste processo, o *design* se torna elemento textual, sendo essencial no entendimento final do produto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O surgimento da revista se deu através de um processo de criação coletiva. Como a publicação é um produto vinculado à matéria Laboratório Impresso II- Revista, os possíveis conceitos e formatos começaram a ser discutidos por docentes e discentes envolvidos na disciplina.

A primeira definição foi a escolha do público-alvo: estipulou-se que o conteúdo visaria atingir jovens universitários em todo o território nacional. Determinou-se também que a publicação exploraria a pluralidade de temas dentro de cada edição, com assuntos que fizessem parte do cotidiano desse público, abordados por meio de uma linguagem mais interpretativa e reflexiva.

Segundo Marília Scalzo (2003), as revistas tem o papel de entreter, analisar, refletir e trazer experiência de leitura. Para contemplar esse conceito, dividiu-se as páginas que compõem o presente produto, abrangendo entrevistas, matéria de capa – com intuito de fomentar uma reflexão –, ensaio fotográfico que represente de maneira subjetiva um olhar sobre o cotidiano, resenhas, comentários e análises em editoriais que tratam de música, cinema e literatura. Alcançou-se desta maneira, um conjunto de temas que exploram e refletem o contexto jovem universitário de maneira diversificada e aprofundada.

O processo de composição das características editoriais e gráficas foi consolidado com a definição do título da revista. O nome Curinga foi determinado após votação aberta aos alunos do curso de Jornalismo da Ufop por meio dos sites de redes sociais virtuais. Inspirados pela versatilidade de um dos mais cobiçados elementos das cartas de baralho, os responsáveis pela revista utilizaram essa característica durante todo o processo de produção.

Assim, foram criadas equipes de trabalho que se revezaram em funções próximas às práticas jornalísticas nas redações. A turma foi dividida em grupos de trabalho e, a cada edição, os líderes desses se reuniam com os professores e levavam as sugestões previamente discutidas com os companheiros de equipe. Posteriormente, os grupos apuravam as pautas sugeridas e redigiam as matérias subdivididos em produtor, repórteres, editor de texto e fotógrafo. Concluída essa etapa, as matérias seguiam para a diagramação. Na busca por concretizar a pluralidade almejada, a redação da matéria nem sempre era realizada pela equipe que sugeriu a pauta e o grupo que produzia a reportagem não diagramava esse conteúdo na revista. Essa mescla de atividades busca incentivar o diálogo e a integração entre quem escreve, diagrama e fotografa. De acordo com Scalzo (2003), essa sincronia “é obrigatória para que a revista ofereça a seus leitores páginas ao mesmo tempo informativas e sedutoras”(p. 59).

A pluralidade ganha forma também no site das revistas, no qual as matérias são publicadas sem os cortes da edição realizada pelo professor de jornalismo, garantindo aos alunos a maior satisfação de terem seu texto original apresentado ao público. No *website*, além da publicação em formato PDF – *portable document format* (formato portátil de documento, tradução nossa), as matérias são complementadas com conteúdo multimídia, e textos teóricos sobre o jornalismo de revista levam os conteúdos debatidos em sala de aula para a Internet. Além disso, há um diferencial relevante na Curinga, a gravação dos textos em áudio, destinada aqueles que possuem qualquer tipo de limitação visual, projeto que se efetiva em maio de 2012.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A revista Curinga é uma publicação do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. Criada em 2011, a publicação é produzida pelos discentes que cursam o 7º período. As duas edições apresentadas neste *paper* são as primeiras publicações do produto. Apresentam-se em 32 páginas, no formato 210x300mm, com impressão colorida CMYK, em papel couché. A primeira capa se apresenta envernizada enquanto a segunda não - por

opção estética e experimental da turma. A tiragem é de 1.500 exemplares, distribuídos gratuitamente na Ufop e em outros centros universitários e faculdades brasileiras. A publicação também é disponível para visualização e *download* na *web*, por meio do site www.revistacuringa.ufop.br.

A publicação conta, sempre, com nove editorias, cujo ponto norteador do projeto editorial é o nome: Curinga. Assim como a carta de baralho, procurou-se dividir as páginas da publicação de forma a traduzir suas diversas faces, papéis e valores. Assim sendo a revista-laboratório tem a mesma proposta: informar, entreter e evidenciar valores por vezes ocultos em temas de interesse de seu público alvo, jovens universitários.

As editorias apresentam-se da seguinte maneira: **Trocando cartas com**, entrevista especial de quatro páginas; **Mochilão**, se propõe a trazer alternativas de viagem e turismo em mais duas páginas da revista; **Outro Campus** procura ultrapassar os muros da universidade e mostrar o que mais os personagens que ali “habitam” – professores, alunos e funcionários – fazem em suas vidas pessoais; reportagem de **Capa** que tem por intuito estimular uma reflexão aprofundada sobre assuntos atuais em seis páginas; **Transborda** procura tratar, em quatro páginas, todo e qualquer assunto de maneira a fugir do senso comum, traçando seus aspectos sociais e os valores simbólicos agregados; **Retina** é um ensaio fotográfico em duas páginas que busca representar um olhar subjetivo sobre o cotidiano; por fim, **Refrão**, **Poltrona** e **Prólogo**, editorias curtas com forte caráter opinativo, de uma página cada, discutindo temas relacionados, respectivamente, a música, cinema e literatura. Considera-se que, dessa maneira, conseguiu-se contemplar aspectos significativos do dia-a-dia do público que se busca alcançar.

Com este público em mente, e levando em consideração o nome da publicação que remete ao personagem do baralho, percebeu-se que, do ponto de vista gráfico, o projeto da revista Curinga precisava ser irreverente, ou não conseguiria se adequar à proposta editorial. Em vista disso, procuramos trazer para o plano visual os conceitos estabelecidos para a publicação. As páginas deveriam transmitir dinamismo e serem capazes de se reinventar e surpreender o leitor. Para isso, adotamos um grid de 7 colunas configurando flexibilidade e possibilitando facilmente a manipulação gráfica do texto.

Outro aspecto importante desta opção é a possibilidade de manter sempre livre uma coluna branca, arejando o bloco de texto. Para Pereira Junior (2006), o “espaço em branco acentua conflito saudável entre dimensão e extensão de linhas e textos” (p. 103). Também por essas razões o texto é sempre alinhado à esquerda, favorecendo o fluxo de leitura. A

fonte ele, Latin 725 BT, tem o que se costuma chamar de personalidade própria. Não há definição prévia para as fontes dos títulos, sua escolha deve ser norteadada pela abordagem dada ao texto. “O importante é passar a informação de um modo sedutor.” (VILAS BOAS, 1996, p. 35).

As três editorias curtas – Prólogo, Poltrona e Refrão – possuem uma especificidade com relação ao restante da revista: tipografia do título e corpo do texto diferentes. A razão é o estabelecimento de uma hierarquização de fontes nas páginas em que, mais que nunca, o caráter opinativo está presente.

Também inspirados pelo carteadado adotamos o espelhamento de alguns elementos. Escolha que fica evidente na capa: uma carta de baralho propriamente dita, cujo verso nada mais é do que, igualmente, o verso da carta. Esses elementos também aparecem eventualmente no interior da revista. A intenção é que o leitor perceba imediatamente caráter heterogêneo, que busca a conciliação da informação, entretenimento e promoção de debate.

Há que se destacar uma particularidade. Uma vez que coube à primeira turma do curso a criação da revista enquanto veículo-laboratorial, procurou-se tornar esse processo o mais colaborativo possível. A turma pode-se juntar livremente em grupos e desenvolver, cada uma, uma proposta editorial própria, posteriormente apresentada em classe. Dessas propostas, a escolhida foi submetida a ajustes de maneira a atender melhor o público definido. Os possíveis nomes cotados para a publicação foram disponibilizados para votação entre os estudantes do curso de Jornalismo da Ufop no site de rede social Facebook.

O processo de produção procurou replicar a vivência em uma verdadeira redação de revista. A turma foi dividida em equipes, responsáveis por propor pautas para as editorias em uma reunião destinada especificamente para este fim. Em seguida, cada grupo deveria produzir as referidas pautas, conceber e providenciar o material gráfico e fotográfico para a reportagem, além de realizar as entrevistas com as fontes e personagens necessárias e escrever os textos. Na etapa seguinte, a edição gráfica de todo o conjunto de materiais coletados, os grupos passavam por nova divisão, sendo cada um responsável pela diagramação da matéria de outra equipe.

Para promover o debate, Curinga foi lançada em evento pedagógico destinado aos alunos do curso de Jornalismo da Ufop. Na ocasião os produtores da primeira edição

contaram os bastidores da revista, compartilharam problemas enfrentados e soluções encontradas e puderam ouvir sugestões de alunos e professores presentes no lançamento.

6 CONSIDERAÇÕES

A Revista Curinga nasceu com um propósito que ultrapassa sua função laboratorial, dentro da sala de aula. Está enraizada em seu projeto editorial a proposta de ser um veículo aberto à discussão, compromissada com o rompimento de tabus e combate a preconceitos. Esses conceitos estiveram presentes em todo o processo de produção, no qual os estudantes se envolveram e puderam experienciar as mais diversas funções dentro das atribuições necessárias para o êxito do produto. Dessa maneira, a Revista Curinga não apenas cumpriu seus objetivos enquanto espaço de experimentação, como também pode contribuir para a formação profissional daqueles que nela trabalharam.

A conciliação do projeto editorial com a edição gráfica das reportagens sempre foi ponto determinante no perfil escolhido para a Curinga. Acredita-se que o tratamento gráfico é tão importante quanto a correta apuração das informações e o rigor na escrita do texto. Espera-se que, assim, a Revista Curinga possa trazer contribuições significativas para o a o universo das revistas-laboratório permitindo a elas um modo de agradar ao público - por meio de matérias divertidas e ao mesmo tempo informativas e criteriosas, aos próprios produtores - ao criar formas de terem seu texto original publicado, mesmo que somente no âmbito digital, cumprir o papel social do jornalismo - minimizando preconceitos e promovendo debates, e utilizando dos recursos multimídias para fidelizar o público de uma revista impressa, em plena Era da Internet.

Às próximas edições fica o desafio de trazer novos conteúdos e editoriais de interesse do público jovem e a importância de renovar a revista, sem perder a prática de trazer sempre uma ideia na manga para o público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

VILAS BOAS, Sergio. **A hegemonia da aparência nas revistas**. Academia Brasileira de Jornalismo Literário, 02 set. 2009. Disponível em: <

http://www.sergiovilasboas.com.br/ensaios/hegemonia_aparencia.pdf>. Acesso em 01 maio 2012.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **Guia para a edição jornalística**. Vozes: Petrópolis, RJ, 2006

BAHIA, Juarez. **História e Técnica**. São Paulo: Ática, 1990.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

CAMPOS, P. C. **Gêneros do Jornalismo e Técnicas de Entrevista**. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/campos-pedro-generos-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2012.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

ROUILLEE, A. **A fotografia entre o documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.