



Revista Fraude¹

Carolina Ribeiro²

Alana Câmara³

Bruno Santana⁴

Cíntia Guedes⁵

Hortência Nepomuceno⁶

Jéssica Passos⁷

Marcel Ayres⁸

Paula Janay⁹

Rodrigo Lessa¹⁰

Tarcízio Silva¹¹

Graciela Natansohn¹²

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

A revista Fraude é uma publicação anual de jornalismo cultural. Em 44 páginas (capa colorida e miolo preto-e-branco) a revista trata de temas ligados à cultura, arte e comportamento, buscando não se desvincular do contexto em que se encontra inserida: a cidade de Salvador. A Fraude é uma produção dos alunos-bolsistas do grupo Petcom - Programa de Educação Tutorial - da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Palavras-chave: revista; jornalismo cultural; produção cultural; design editorial; produção editorial

¹ Trabalho submetido ao Expocom Nordeste na categoria Áreas Emergentes, modalidade Impresso, representando a Faculdade de Comunicação da UFBA.

² Aluna líder do grupo, bolsista Petcom e estudante do 5º semestre do curso de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, carolguimari@gmail.com

³ Bolsista Petcom, estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, nanydac@gmail.com

⁴ Bolsista Petcom, estudante do 4º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, bruno_facom@yahoo.com.br.

⁵ Bolsista Petcom, estudante do 4º semestre do curso de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, cintia_guedes7@yahoo.com.br.

⁶ Bolsista Petcom, estudante do 6º semestre do curso de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, hortenciasn@gmail.com.

⁷ Bolsista Petcom, estudante do 3º semestre do curso de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, maisumacancao@gmail.com.

⁸ Bolsista Petcom, estudante do 2º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, marcel.ayres@gmail.com.

⁹ Bolsista Petcom, estudante do 3º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, paulajanay@gmail.com.

¹⁰ Bolsista Petcom, estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo da UFBA, lessaro@gmail.com.

¹¹ Bolsista Petcom, estudante do 7º semestre do curso de Produção em Comunicação e Cultura da UFBA, tarushijio@gmail.com.

¹² Orientadora do trabalho e tutora do Petcom. Professora da Faculdade de Comunicação da UFBA, graciela71@gmail.com.



1. Introdução

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)

Criada com o intuito de tentar movimentar, ainda que pontualmente, uma realidade sotopolitana escassa em revistas locais, a Fraude apresenta como um de seus pilares a idéia de que, mais do que ir para longe, tratar de cultura é tratar do que está ali, cada vez mais perto. Assim, mesmo quando discorrem sobre temas mais universais, as matérias são construídas de forma a não se perder de vista a conjuntura local - prática que vem se configurando como um dos traços mais característicos da revista.

A Fraude chegou ao seu quinto número em 2007, sendo inteiramente realizada por alunos-bolsistas do Programa de Educação Tutorial. Os doze bolsistas participantes do programa são responsáveis por todas as etapas de elaboração da revista, desde o planejamento, discussão de pautas e projeto gráfico até a diagramação, lançamento e distribuição.

O número 5 da Fraude trouxe mudanças nas linhas editorial e gráfica da revista, manifesta no conteúdo mais jornalístico de seus textos, abandonando o tom ensaístico que vinha predominando, para adquirir um teor mais relacionado ao factual. Para isso, decidiu-se trabalhar sobre editoriais diferentes - Cotidiano, Economia da Cultura, Ciber e Imaginando - para abordar distintos aspectos da cultura.

2. Objetivo

A publicação da revista permite aos alunos experimentar processos de produção, edição e distribuição de mídia impressa; processos de elaboração de projetos de captação de recursos, de assessoria de comunicação e também experimentar rotinas jornalísticas, cumprindo o papel de proporcionar a realização de atividades relacionadas à



formação profissional dos bolsistas, e suprimindo a lacuna existente no ensino de revista no Brasil em que

os jornalistas brasileiros interessados nessa formação podem contar 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. Nesse caso há ainda que se destacar a bibliografia reduzida sobre o assunto disponível em língua portuguesa. (Coutinho, 2004)

A Fraude também é uma forma de criar um canal de comunicação entre o Pet e a instituição de ensino Facom/UFBA.

Ao mesmo tempo, a realização da Fraude exige dos bolsistas permanente interação com a realidade extra-acadêmica, concretizando o desejado vínculo entre a universidade e seu entorno social.

3. Justificativa

O mercado soteropolitano de revistas tem dificuldades históricas em manter suas publicações circulando por períodos longos. A Faculdade de Comunicação da UFBA por sua vez, não realizava nenhuma publicação de revista, pois havia poucas disciplinas que abarcassem em seu programa o ensino desse tipo de periódico. Essa é uma situação comum no ensino de jornalismo brasileiro, pois

embora vários cursos de Jornalismo produzam revistas (...) dificilmente existe uma disciplina que apareça na grade com o título *jornalismo em revista*. A produção desse veículo aparece, muitas vezes, sob a rubrica de disciplinas como *Redação Jornalística* ou *Edição*. (Santos, 2007)

A Fraude é a iniciativa que visa superar estas dificuldades. Ela é a primeira revista da Facom/UFBA, e desde de seu surgimento incentiva o ensino de revista dentro da faculdade. Hoje, a Facom já publica a revista LUPA, produto da disciplina Temas Especiais em Jornalismo Impresso.

Para possibilitar a publicação da revista, os bolsistas Petcom capacitam-se em ferramentas de editoração eletrônica, técnicas de apuração jornalística, fotografia e design



gráfico. Além disso, pesquisam e vinculam-se com a comunidade circundante, integrando dessa forma tarefas de pesquisa, ensino e extensão.

4. Métodos e Técnicas Utilizados

A revista Fraude começa a ser planejada no início de cada ano. Sua execução é composta pelos seguintes passos:

4.1. Formação de equipes:

Os alunos se dividem em três grupos: diagramação, produção e assessoria de comunicação. Cada grupo tem um coordenador, responsável pela organização e gerência das atividades. Os três grupos realizam seus trabalhos específicos paralelamente à produção das matérias.

4.2. Elaboração de cronogramas:

São criados:

- a) um cronograma geral de execução, com *dealines* para a produção das matérias, para sua revisão, tempo destinado à diagramação, data limite de envio à gráfica e previsão de lançamento.
- b) um cronograma de produção com prazos para elaboração de projeto de captação de recursos, visita a possíveis patrocinadores, definição de local e data para festa de lançamento
- c) um cronograma de assessoria de comunicação com prazos para elaboração e envio de releases, distribuição de cartazes, convites e demais materiais publicitários.

4.3. Discussão de pautas:

Durante as reuniões do grupo Pet, são sugeridas e discutidas as pautas para aquela edição, levando em consideração o panorama cultural local. Em geral, buscam-se pautas que possam ir além do mero factual, trazendo abordagens mais criativas e atemporais, próprias do formato de revista, já que "a periodicidade mais elástica exige que o jornalista encontre novos enfoques para os assuntos de que vai tratar, buscando sempre uma maneira



mais original de tratá-lo." (Scalzo, 2003). Cada aluno pode ficar responsável por uma ou mais pautas; deve escrevê-la de apresentá-la ao grupo. Caso aprovada, inicia-se o trabalho de apuração

4.4. Produção de matérias:

Os bolsistas podem produzir matérias individualmente ou em dupla. As duplas formadas com alunos não-bolsistas da graduação são incentivadas pela tutora. Os alunos apuram as matérias e realizam entrevistas, procurando não negligenciar o aspecto visual. Em geral, as fotografias originais da Fraude são resultado de parcerias com o Laboratório de Fotografia da Facom (Labfoto), cujos monitores trabalham ao lado dos bolsistas Petcom na produção das fotografias. A primeira versão das matérias é apresentada. Há um prazo para modificações e melhorias, caso necessário. A segunda versão é então revisada e editada.

4.5. Diagramação:

Os últimos números da revista seguem um projeto gráfico, também desenvolvido pela própria equipe de alunos. A importância do projeto gráfico se dá, em primeiro lugar, no sentido de que para que um impresso seja percebido como um número de determinado periódico são necessários aportes básicos de reconhecimento. Os mais imediatos são os aspectos visuais. Além do reconhecimento, um periódico, como produto cultural que põe à venda, precisa chamar a atenção do leitor. Como escreve E. Martín:

O convite natural à leitura é a primeira fase da linguagem gráfica, a qual depende mais do aspecto morfológico que do semântico. Os dados morfológicos da obra gráfica, ou seja, sua *forma*, suscitam no leitor o desejo de conhecer o conteúdo, isto é, a face semântica ou do *significado* das palavras. (MARTÍN, 1970, p. 113)

Além do reconhecimento de que diferentes números de um periódico façam parte da mesma publicação e estabelecem o primeiro convite à leitura, está o caráter do produto. As revistas são reconhecidas cada vez mais pela sua especialização em determinado setor do público. Assim como o texto, a diagramação deve levar em conta esse público, trazendo um projeto gráfico condizente com seu universo cultural.

Uma vez que são publicações com maior tempo de produção e, ao mesmo tempo, maior custo envolvido, a diagramação requer um apuro mais refinado. Uma revista é um



produto que pode, e deve, ser mais ‘visual’ que ‘textual’, ao contrário do que normalmente acontece com o jornal.

Portanto, o projeto gráfico, elaborado nas primeiras etapas produtivas, da revista serviu de base para a diagramação deste número. A partir daí, seguiram-se algumas etapas. A primeira delas foi a produção de material visual – fotografias, ilustrações, pesquisa de tipografia expressiva. Em seguida foram realizadas reuniões de definição do layout de cada uma das matérias. Dividido o trabalho, a execução, que levou cerca de seis semanas foi acompanhada de uma constante reflexão sobre o produzido, em cada reunião.

4.6. Revisão da Boneca:

A boneca vem da gráfica e é revisada por todos os bolsistas, que procuram erros de digitação e diagramação.

4.7. Assessoria de Comunicação:

Paralelamente ao período de diagramação é realizado o trabalho de assessoria de comunicação da revista Fraude. Os bolsistas responsáveis produzem releases, planejam e distribuem material de divulgação, entram em contato com a imprensa. Para o número 5 da revista foram realizadas as seguintes atividades¹³:

- a) Distribuição de cartaz de divulgação do lançamento revista, tamanho A3, policromia.
- b) Distribuição de marcador de livro, com logomarca da revista Fraude, em papel couché fosco 180 gramas, 5 cm x 20cm, uma cor, 400 exemplares.
- c) Distribuição dois tipos de convites virtuais enviados por e-mail.
- d) Distribuição de cartão postal para divulgação da festa de lançamento da revista, em papel couché fosco, 180 gramas, 10 x 15 cm, policromia, 400 exemplares.
- e) Distribuição de dois tipos de adesivos: um, para ser colado em vidros, com a logomarca da revista, tamanho 12 x 12 cm em plástico adesivo, preto e branco. Outro, para colar em

¹³ Todo o material gráfico utilizado na divulgação (cartaz, marcador, postal, adesivo) foi idealizado e produzido pela equipe de diagramação da revista.



documentos relacionados à divulgação da revista e às tarefas de assessoria de comunicação da revista, tamanho 2 x 5 cm em policromia. 500 exemplares.

f) Foi produzida uma camisa com o tema e marca da revista, para ser usada pelos bolsistas durante o lançamento.

g) Foi criado um blog para a divulgação da revista, www.revistafraude.blogspot.com

h) Foi criada uma comunidade Orkut, www.orkut.com/Community.aspx?cmm=32397693

4.8. Lançamento:

A equipe de produção da Fraude trabalha paralelamente à realização das matérias e diagramação. Ela é responsável pela captação de recursos, buscando apoios e parcerias em troca de publicidade na revista. A equipe também planeja, organiza e executa a festa de lançamento da Fraude, sempre um evento que proporciona visibilidade à revista.

Para a Fraude 5 foi realizada uma parceria com a Produtora Júnior da Facom/UFBA, que organizou juntamente com os bolsistas a festa de lançamento. A festa aconteceu no dia 26 de novembro de 2007 no Bar Balcão Botequim, com a presença de cerca de 350 pessoas e a atuação de duas bandas ao vivo, Janelatrois e Theatro de Seraphin.

A Fraude 5 ainda contou com o apoio da GPW videolocadora, gráfica Cartograf, Rádio Facom, Laboratório de Multimídia da Facom/UFBA

4.9. Pós-produção e distribuição:

Após o lançamento da revista são realizadas as seguintes atividades:

a) Clipagem e prestação de contas

b) Distribuição local da revista em faculdades, universidades, livrarias, sebos, cafés, jornais, bibliotecas públicas

c) Distribuição via mala direta para faculdades, universidades, fontes, jornalistas e interessados em geral.



d) Distribuição de onze tipos de cartazes divulgando os locais de venda da revista, tamanho A4, policromia

5. Descrição do Produto

5.1. Linha editorial:

A Fraude nasceu como uma revista de jornalismo cultural, buscando - não inovar, como o próprio nome sugere - mas experimentar, abordando os diversos aspectos da cultura em matérias que falam de música, cinema, quadrinhos, literatura.

O número 5 procurou sistematizar e organizar os assuntos em editoriais e, ao mesmo tempo, inserir um tom mais jornalístico às matérias. Dessa forma a Fraude, pretende tratar de maneira fundamentada a cultura soteropolitana, sem, entretanto deixar de ser experimental.

Editorias:

a) Cotidiano: a editoria Cotidiano trata do dia-a-dia cultural em Salvador. Trouxe matérias as dificuldades de quem segue a carreira teatral, um perfil sobre o bairro do Bonfim, uma entrevista com o colecionador Humberto Miranda e uma crônica sobre estudantes que moram em residências universitárias.

b) Economia da Cultura: trata dos aspectos econômicos, legislação, incentivos culturais, modos de produção. Trouxe uma entrevista com Armand Mattelart, e matérias sobre: incentivos fiscais, plágio na moda, o fenômeno da pouca duração de casas de show em Salvador e TV Pública.

c) Ciber: Aborda a tecnologia, ciber-arte, cibercultura. Matérias sobre ativismo GLBTT na internet, arte nos videogames e o uso de recursos eletrônicos no futebol.

d) Imaginando: é a editoria mais visual e artística da Fraude. No número 5 foi composta por um ensaio fotográfico e uma charge.

Além das editorias citadas, a Fraude 5 inicia com uma seleção de textos curtos e opinativos, denominada Preliminares.



5.2. Projeto Gráfico:

A partir do terceiro número da revista, a discussão sobre a necessidade de um projeto gráfico coeso para as edições vindouras da revista entrou em pauta. O quinto número é o que apresenta esse projeto na sua forma mais consistente.

A proposição do projeto gráfico fez-se necessário para servir de horizonte na produção dos próximos números da revista, mesmo que seja para servir de proposição primeira a ser evoluída ou superada em anos vindouros.

A ausência de uma discussão mais aprofundada sobre o design editorial se reflete na inconstância visual em um mesmo número, quanto na falta de continuidade entre mais de uma edição. Aspectos como tipografia, malha gráfica, indicação de editoriais, espaços em branco foram todos definidos.

Um aspecto que já existia desde os primeiros números e foi mantido é o modo de utilização das fotografias. Por entender que fotografias retangulares, tal qual foram capturadas, são representantes de um design austero e grave, a Fraude sempre se caracterizou por utilizar as fotografias recortadas ou montagens, possibilitando uma melhor integração com o texto, ao mesmo tempo em que permite maior variação da forma.

Foram definidas três famílias tipográficas. Para a capa, a Boris Black Bloxx. Para os títulos das matérias, a Geo Sans Light. A primeira foi escolhida por ser uma fonte que demonstra peso e boa visibilidade para as chamadas de capa, que devem ser sedutoras para o leitor que não conhece a revista. A Geo Sans Light, longilínea e leve, foi escolhida por oferecer boa integração com o restante dos elementos da grade.

E, para o texto, a Swiss 721 BT. A fonte foi escolhida por ser uma das variações da Helvética, considerada a fonte sem serifa mais harmoniosa e legível. A Swiss 721 BT é uma fonte de uso livre, adequada aos propósitos e orçamento da equipe.

Por fim, cada editoria e seção traz um pictograma identificatório baseado na marca da Fraude, apelidada de “macaquicha”. Cada um destes pictogramas representa um objeto ou idéia relacionada ao tema da seção. Por exemplo, Economia da Cultura traz algumas moedas, enquanto Ciber traz uma tomada de linha trifásica.

6. Considerações

Os processos de planejamento e execução da Revista Fraude proporcionam aos bolsistas uma experiência nas rotinas produtivas desse tipo de publicação que dificilmente



seria possível adquirir nas matérias da grade curricular normal dos cursos de Jornalismo e Produção em Comunicação e Cultura.

Dessa forma, a Fraude cumpre um importante papel na formação profissional de seus realizadores que, ao executarem tarefas como discussão de pauta, produção cultural, produção de matérias, diagramação de impressos e assessoria de comunicação qualificam-se para um mercado cada vez mais competitivo e, ao mesmo tempo, carente de profissionais que dominem as especificidades do jornalismo de revista.

7. Referências

COUTINHO, Iluska. Novas opções na Universidade de Columbia. **Observatório da Imprensa**. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=294D>

MARTÍN, E. **La composición en artes gráficas**. Tomo segundo. Barcelona: Don Bosco, 1970.

SANTOS, Marli dos; CAPRINO, Mônica Pegurer. Revistas: desafio 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/viewissue.php?id=6>

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