Revista Espaço[1]

Igor Bezerra de ALMEIDA[2]
Lucas Peixoto LIMA[3]
Mairon Hothon do Nascimento TORRES[4]
Valmir Alves Teixeira JUNIOR[5]
Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão – SE

RESUMO

A revista *Espaço*, edição zero, é fruto de uma atividade laboratorial de Planejamento Visual em Jornalismo II da Universidade Federal de Sergipe – UFS. Antes pensada como atividade da disciplina, decidimos ir além e organizar um projeto com o objetivo de transformar a revista numa publicação acadêmica da nossa instituição de ensino, que ainda não possui uma publicação desse segmento. Decidimos, portanto, abordar os diferentes temas, com uma diagramação leve e jovem a fim de 'conquistar' nosso público e 'explorar' nosso potencial enquanto graduandos. Ao estruturarmos essa revista, tivemos o cuidado também de abordar e valorizar temas que fossem do contexto regional, tanto no nível do estado e capital, quanto aos assuntos internos da universidade.

PALAVRAS-CHAVE: Revista laboratório; Jornalismo de Revista; Pluritemática; Comunidade acadêmica.

INTRODUÇÃO

Dentro do âmbito da comunicação, que no seu conceito *lato* refere-se a tornar algo público e comum a todos, as pessoas, os discursos, a maneira de ver o Mundo e as atividades e relacionamentos interpessoais giram em torno desta ferramenta essencial. É por meio dela que as pessoas se relacionam, são informadas, ensinadas e constroem direitos e deveres de uma sociedade.

Segundo o próprio Dicionário da Comunicação, Rabaça & Barbosa (1978), acrescenta-se a esse termo que a comunicação vai além do tornar algo comum. Ela "implica participação, interação, troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações novas" (p. 107). Por isso, para que o canal da comunicação seja completo, é preciso que a

[1] Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa (Avulsa).
[2] Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, email: igordealmeida@hotmail.com.br
[3] Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, email: lucaspeixotolima2@hotmail.com
[4] Estudante do 7º. Semestre do Curso Social/Jornalismo, email: maironhothon@gmail.com
[5] Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe. Especialista em Marketing e Propaganda pela ESM - Escola Superior de Marketing (Recife-2006), email: valmirmizio@msn.com.

informação chegue até o receptor por meio de algum suporte, para que então haja um *feedback* e, por consequência, uma transmissão da mensagem a outras pessoas.

São diferentes as maneiras que a comunicação se utiliza para chegar até sua audiência, seja ela através da linguagem verbal, imagens e ilustrações, ou mesmo gestos. O presente trabalho é fruto de um grande desafio: oferecer uma nova e diferente publicação para o maior número de espectadores da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe – UFS –, campus de São Cristóvão – SE, por meio de uma ferramenta segmentada, a revista ou *magazine*, retratando assim os mais diversos assuntos para que o material supra a necessidade de uma publicação ainda não circular em nossa comunidade acadêmica.

Primeiramente cabe aqui conceituar o termo revista ou *magazine*, que nas palavras de Rabaça & Barbosa (1978), no Dicionário de Comunicação, significa:

> "[...] Publicação periódica que trata de assuntos de interesse geral ou relacionados a uma determinada atividade ou ramo do conhecimento (literatura, ciência, comércio, política, etc). Produzida em forma de brochura, a revista apresenta-se geralmente em formato menor que o jornal, maior número de páginas e capa colorida, em papel mais encorpado" (RABAÇA & BARBOSA, 1978, p. 411).

Vilas Boas (1996) acrescenta ainda que o diferencial da revista também se deve a interpretação de um fato. "Depois de 'assentada a poeira', vem a reflexão, a visão detalhada do contexto, a narrativa instigante e atraente, que faça o leitor mergulhar na 'história', (...), que o faça ver imagens em forma de texto" (p. 14).

Explorando um pouco da história, a primeira revista, publicada em 1963, na Alemanha, chamada de *Erbauliche Monaths-Unterredungem* (Edificantes Discussões Mentais) ainda permanecia com fortes características de livro e só se diferenciava por causa dos artigos diversos. No Brasil, elas chegaram junto com a corte portuguesa no início do século XIX, publicadas com a Imprensa Régia. A primeira revista de que se tem conhecimento, *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, surgiu em Salvador – BA no ano de 1812, seguindo os modelos de revistas utilizados no mundo editorial da época. A revista baiana continha características de livro e se propunha a publicar

> "discursos sobre costumes e virtudes sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumo de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente

> ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir importância das novas descobertas filosóficas" (SCALZO, 2003, p.27).

Do surgimento da primeira revista até os dias atuais, elas passaram por diversas transformações até chegar ao modelo que a conhecemos hoje. As mudanças aconteceram desde a estrutura do texto, passando pelo formato e tamanho, até a diagramação das páginas. Estruturada para um público segmentado, por mais pluritemática que seja, e com uma linguagem com fortes características da literatura e narração, a revista hoje tornou-se um símbolo de identificação pessoal.

> "Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo" (SCALZO, 2003, p.12)

E é no campo jornalístico que a revista é uma das diferentes frentes de atuação deste profissional, este que é responsável por transformar a informação factual em uma reportagem detalhada e interessante, tornando o leitor um fiel consumidor do material. Ao elaborar essa revista, intitulada *Espaço*, nós decidimos colocar em prática o que aprendemos em sala de aula, tanto nas aulas de Técnicas de Reportagem quanto nas de Planejamento Visual, fazendo uma publicação para o nosso campus universitário. Decidimos abordar os diferentes temas, com uma diagramação leve e jovem a fim de 'conquistar' nosso público e 'explorar' nosso potencial enquanto graduandos.

OBJETIVO

O objetivo do trabalho em questão foi ser apresentado como pré-requisito de avaliação final da disciplina 'Planejamento Visual em Jornalismo II', ministrada pelo professor especialista Valmir Alves, no qual fomos orientados a elaborar um projeto gráfico de uma revista informativa que promovesse a inserção dos vários gêneros jornalísticos. O exercício foi proposto com a finalidade de exercitarmos a dinâmica da concepção gráfica de uma revista, compreendendo e aplicando os conceitos e teorias da área de planejamento visual.

O trabalho contou em todas as etapas com a orientação e revisão do professor Valmir Alves. A primeira versão da "Revista Espaço" foi entregue no início de dezembro de 2011. Passado o período curricular da disciplina e impulsionado pela grande área de

atuação nos projetos gráficos, decidimos ir além dessa perspectiva e apresentar nosso trabalho no XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação. Durante os meses de março e abril o projeto continuou com o aumento da quantidade de páginas e melhorias na parte gráfica para submissão ao XIX Prêmio Expocom 2012.

Com esse novo produto, e aproveitando a oportunidade de divulgação, a equipe pretende suprir a ausência de uma revista voltada à comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe. Atualmente os alunos de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo exercitam a prática da profissão com o jornal laboratorial impresso "Jornal Contexto" e a sua versão online.

Partindo da lacuna provocada pela falta de uma publicação especifica, propomos essa nova revista, não só abordando assuntos que envolvem a comunidade acadêmica, mas colocando em pautas temáticas que façam parte do cotidiano do corpo discente e docente dentro e fora do ambiente universitário, que chega a cerca de 20 mil pessoas.

JUSTIFICATIVA

Em nossas atividades no curso de Comunicação Social sempre procuramos empreender um esforço permanente em criar alternativas pedagógicas que respeitem a nossa inteligência e criatividade, colocando em prática tudo o que foi ensinado em sala de aula. Diante da proposta do trabalho, que foi criar uma publicação com a livre escolha de tema, não sendo guiado por uma pauta pré-estabelecida, mas sim por um roteiro feito por nós, discutimos que construiríamos algo que servisse tanto como pré-requisito para a avaliação da disciplina, quanto que tivesse sua importância social para o nosso curso de graduação.

Diante de tais discussões, propusemos fazer esse trabalho para oferecer algo plural à comunidade acadêmica e também desenvolver em nós as faculdades mentais inerentes à prática jornalística. Acreditamos que é por meio dessa produção acadêmica que se há uma grande interação com o mercado de trabalho e principalmente com a teoria, parte integrante do qualquer processo de aprendizagem. Orlando Berti, em seu artigo sobre o jornal laboratorial *Calandragem*, da Universidade Federal do Piauí (UFPI), reforça que é através da prática em jornais / revistas que o graduando do curso de Comunicação estará preparado para 'enfrentar' a profissão, e não apenas com teorias produzidas em outros países.

> "No ensino de Jornalismo essa produção é mais do que inerente e deve ser pujante. É buscando fugir do jornalismo convencional produzido pelas empresas de comunicação de massa que pode se mudar o profissional a ser formado nos bancos escolares. Essa formação e esse processo dependem principalmente de uma boa emissão (ensino) do professor, de uma boa recepção (aprendizagem) do aluno e mais ainda do processo cujo qual está inserido os corpos discente e docente, formando uma unidade de desenvolvimento social". (BERTI, Orlando, p.2 em: http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/calandragemjornal-laboratorio-responsabilidade-social-e-evolucao-academica[120].pdf)[6]

Ao estruturarmos a revista *Espaço*, tivemos o cuidado também de abordar e valorizar temas que fossem do contexto regional, tanto no nível do estado e capital, quanto aos assuntos internos da Universidade Federal de Sergipe. Consoante com o professor Adolfo Queiroz, também estamos explorando o jornalismo regional.

> "Na mesma proporção em que amplia o interesse em se ver os jogos na TV, transmitidos ao vivo, cresce o sentimento de interesse pelo futebol local, regional, varzeano. Assim como acompanhamos as lutas de Arafat na Palestina ocupada, temos imenso interesse em discutir com vereadores e prefeitos as decisões que tomam a favor ou contra os moradores de suas cidades" (QUEIROZ, Adolfo *apud* PACHECO, Roni Petterson de Miranda, p.5 em: http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/a-importancia-do-jornal-laboratorio-portal-de-roni-petterson-de-miranda-pacheco)

Por essas e outras justificativas, apresentamos aqui este produto ao XIX Prêmio Expocom 2012, a fim de avaliar o nosso desenvolvimento intelectual das atividades jornalísticas, como futura profissão e também contribuir com variedade de leitura dentro do nosso campus universitário.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A "Revista Espaço" foi elaborada como uma das etapas avaliativas da disciplina 'Planejamento Visual II' e consistiu na utilização dos procedimentos técnicos de diagramação e editoração. Inicialmente o projeto previa a produção de apenas oito páginas, sendo seis de conteúdo e as demais de apresentação. Para submeter a revista ao Expocom 2012, a equipe resolveu aumentar a quantidade para vinte páginas, sendo treze de conteúdo

[6] Esta citação foi retirada do texto Calandragem, jornal laboratório: responsabilidade social e evolução acadêmica. A referência bibliográfica completa deste texto está na parte final do trabalho junto às demais referências bibliográficas.

e quatro de apresentação, entre elas capa, editorial, sumário e verso. Além disso, três páginas foram selecionadas para serem ocupadas por publicidades.

Durante o processo de concepção do produto, foram utilizados os conceitos base de leiturabilidade e legibilidade, sendo estes considerados essenciais para o pleno entendimento do público sobre o conteúdo da revista. O termo legibilidade tem várias implicações, pois abarca um conjunto de estudos que vão desde a percepção dos caracteres até a rapidez e dinamicidade da leitura. Já a leiturabilidade refere-se à facilidade com que um texto pode ser compreendido e interpretado, relacionando-se com o autor e o argumento utilizado. Ela significa a qualidade que torna possível o reconhecimento do conteúdo da informação em determinado meio de mídia (FERNANDES, 2009).

Segundo CASARINI e FARIAS (2008):

> "legibilidade refere-se à clareza de caracteres isolados, e sua medida é a velocidade com a qual eles são reconhecidos. A leiturabilidade, por outro lado, está relacionada ao conforto visual e é um requisito importante para textos longos (TRACY 2003, *apud* CASARINI & FARIAS, 2008, p. 2).

Para diagramar e editar a revista foi utilizado o programa Adobe Indesign CS4, trabalhado anteriormente em outras disciplinas. Na edição das imagens, criação das montagens e infográficos, o recurso utilizado foi o Adobe Photoshop CS4. A justificativa para a utilização de dois programas da mesma empresa é a facilidade em sincronizar e transferir arquivos entre um programa e outro, dinamizando o processo de produção.

Especificamente na matéria situada na editoria de Esporte e localizada nas páginas 12 e 13, utilizou-se o programa *Tactical Pad*, versão demo 2010. Ele disponibiliza recursos multimídia para criação de análises táticas e simulações de jogos. É um aplicativo feito para profissionais da área. No entanto, qualquer um pode ter acesso à versão gratuita durante 30 dias.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A "Revista Espaço" é um produto voltado para a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Sergipe. Durante seu processo de criação, nos baseamos nos projetos gráficos das revistas Conexão JA (Edições: 10 a 21; Ano 5 e 6; Ed. Casa Publicadora Brasileira) e Veja (Edições 2261 a 2263; Ano 45; Ed. Abril), sendo que a primeira foi em relação ao editorial e sumário – além de uma parte da estrutura gráfica das

colunas –, e a segunda em relação ao design gráfico das editorias, principalmente no que tange a colocação de fios e delimitação das seções.

A opção pela Conexão JA se deve ao fato de ser uma revista voltada para o público religioso jovem, e por isso ter um layout mais leve e atrativo. Já a utilização da revista Veja deveu-se ao fato da mesma representar uma diagramação padrão entre as grandes revistas do mercado.

Para esta edição, em sua versão completa, a revista apresenta um total de vinte páginas, sendo que este número não representa um limite padrão para as próximas publicações. A edição zero é composta por três macro grupos: publicidade, apresentação e conteúdo. É importante citar essa divisão para descrever metodologicamente o processo de criação do projeto.

Com relação à publicidade, nesta edição foram utilizadas três propagandas. A primeira é sobre o XXXV Intercom Nacional, que acontecerá em Fortaleza em 2012 e se justifica pela proximidade com o público acadêmico, principalmente para os discentes de Comunicação em geral. A segunda tem o objetivo de fomentar a discussão na academia a respeito da lei sancionada pelo Governo Federal sobre a não utilização da violência física na educação de crianças e adolescentes. E a terceira, localizada no verso da revista, tem o objetivo de divulgar a Rádio UFS.

A apresentação possui três páginas: capa, editorial e sumário. A capa foi pensada de forma que as ideias dos componentes, estas representadas pelo globo, fizessem parte de um universo de significação maior, caracterizado pelo espaço, motivo pelo qual escolhemos o nome. Os cubos seriam outras ideias que também estão inseridas dentro desse universo de conhecimento. O objetivo da revista é construir e articular debates gerais sobre esses diversos temas. A escolha da fonte pixada, denominada *Abstract*, representa o desenvolvimento do jornalismo na era digital e o aumento da sua influência a partir do desenvolvimento de novas mídias.

Editorial e sumário foram pensados a partir do modelo da revista Conexão JA, destacando o equilíbrio estabelecido entre as formas e conteúdos organizados nas páginas, e valorizando também os espaços em branco. A utilização das cores respeita a tendência da capa e a disposição dos seus elementos de maneira contínua e não rígida, direcionando o leitor ao conteúdo da página seguinte, que é o sumário. Este, por sua vez, possui um padrão por edição em referência à quantidade de fotos e cores das editorias e procura explorar

também os espaços em branco, pois, segundo Collaro (2007, p.104), "o branco proporcionado compensa a perda de espaço pela beleza da página".

Na terceira e última parte podemos encontrar o conteúdo da revista dividido em sete editorias, cada qual com suas cores específicas, a saber: cotidiano (amarelo), saúde (azul), especial (vermelho), opinião (preto), esporte (verde), universidade (marrom) e perfil (laranja).

A editoria especial traz como chamada principal de capa, identificada por imagem, título e subtítulo, o dia-a-dia do profissional que trabalha no Corpo de Bombeiros Militar de Sergipe; já em cotidiano abordou-se as ações da Polícia Rodoviária Federal – PRF – na época dos festejos juninos; em saúde, duas matérias tratam, respectivamente, do projeto Mamãe Corujinha e das ações da Prefeitura Municipal de Aracaju no combate à dengue; na coluna de opinião, a estudante Morgana Brota fala sobre os 90 anos da semana de 22; em esportes, duas matérias tratam, respectivamente, do crescimento dos times do interior sergipano e da abordagem tática do time do Barcelona-ESP; na editoria universidade, abordou-se o projeto UFS Ambiental, que visa conscientizar o corpo docente e discente sobre as ações de desenvolvimento sustentável; por fim, na editoria perfil, o jornalista e poeta Jozailto Lima expõe sua relação com essas duas áreas.

Em relação às cores, Collaro (2007) destaca:

- **Amarelo:** é uma cor quente, expansiva e que remete a uma força ativa (p. 27). Em destaque na editoria cotidiano, exerce uma função de chamar a atenção do leitor de forma mais direta para assuntos que envolvem o seu dia a dia.
- **Azul:** é uma cor dinâmica e que exprime profundidade (p. 75). Na editoria de saúde, reflete a seriedade e a importância que do tema inserido no contexto social.
- **Vermelho:** libera sensações de alegria, força e vitalidade (p. 75). Assim como o amarelo, faz parte do grupo das chamadas cores quentes e, por isso, chama a atenção do leitor para a editoria central da revista (especial).
- **Preto:** apesar de remeter às ideias de luto, infortúnio e morte, o preto confere um ar de elegância no seu uso (p. 74). É adequado para seções opinativas, pois este é o gênero, mais nobre do jornalismo.
- **Verde:** é uma cor que transmite calma, bem-estar, tranquilidade, segurança. Estático e frio,associa-se à estabilidade (p. 75). Representa de forma bastante próxima à leveza característica do tema.

- **Marrom:** é uma cor realista, que não vulgariza nem brutaliza, representando pés no chão (p. 75). Tem relação com a editoria universidade por remeter uma discussão de ideias de forma equilibrada e racional.
- **Laranja:** é uma cor que sugere intimidade e calor (p. 75). Encaixa-se bem na editoria perfil por ser uma seção de entrevista e conversa sobre questões pessoais dos entrevistados.

Partindo da especificação das cores, buscaremos agora justificar a utilização das fontes no projeto gráfico da revista. Para os títulos e subtítulos, utilizamos a fonte Futura Md BT, tamanho 28 e 14, respectivamente. O corpo dos textos e intertítulos têm fonte Garamond, tamanho 11, enquanto que as legendas possuem tamanho 8. Por fim, a identificação das editorias no sumário e nas páginas possuem fonte Showcard Gothic, tamanho 12.

CONSIDERAÇÕES

O exercício proporcionou uma maior compreensão do que se passa em um laboratório de Planejamento Visual, juntamente com um maior conhecimento a respeito das técnicas de diagramação e editoração do processo produtivo. Além disso, trabalhamos cercados de dificuldades e desafios que surgiram desde a escolha do nome, passando pelo modo de abordagem até a confecção do planejamento gráfico da revista *Espaço*, nos desafiando assim a conhecer a prática da nossa atividade profissional.

A revista abordou diversos assuntos para tentar amalgamar o público acadêmico da Universidade Federal de Sergipe. Buscou-se noticiar temas na área do esporte, cotidiano, saúde e relacionados à universidade, além de fomentar a publicação de informações de âmbito regional, garantindo uma maior proximidade com o público alvo. Assim sendo, a revista *Espaço* poderá vir a se tornar a primeira publicação do segmento revista na instituição de Ensino.

Essa experiência adquirida nos ajudará profissionalmente na confecção de futuras publicações, quer sejam laboratoriais ou profissionais, além de abrir oportunidades no mercado de trabalho relacionado às publicações segmentadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTI, Orlando. **Calandragem, jornal laboratório: responsabilidade social e evolução acadêmica.** Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/dados/grupos/calandragemjornal-laboratorio-responsabilidade-social-e-evolucao-academica[120].pdf>. Acesso em: 13 de abril de 2012.

CASARINI, Paula C., FARIAS, Priscila L. **Didactica – Tipografia para livros didáticos infantis.** Disponível em: http://www.infodesign.org.br/revista/public/journals/1/No.2Vol.5-2008/ID_v5_n2_2008_63_71_Casarini_et_al.pdf?download=1. Acesso em: 14 de abril de 2012.

COLLARO, Antonio Celso. **Produção Gráfica: arte e técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FERNANDES, José David Campos. **Alltypye: informação, cognição e estética no discurso tipográfico.** Disponível em: http://dci2.ccsa.ufpb.br:8080/jspui/bitstream/123456789/236/1/ALLTYPE-ORIGINAL.pdf. Acesso em: 14 de abril de 2012.

LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor** / Dirceu Fernandes Lopes – São Paulo: Summus, 1989 – (Novas buscas em comunicação; v. 32).

PACHECO, Roni Petterson de Miranda. **A importância do jornal laboratório portal na formação do jornalista: a perspectiva do aluno.** Disponível em: http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/a-importancia-do-jornal-laboratorio-portal-de-roni-petterson-de-miranda-pacheco. Acesso em: 13 de abril de 2012.

RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo**. Dicionário de Comunicação**. Com a colaboração de Muniz Sodré. Rio de Janeiro; Ed. Codecri, 1978 – p. 160-167; 411-412.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista** / Marília Scalzo. 2º ed – São Paulo: Contexto, 2004. (Coleção Comunicação).

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista** / Sergio Vilas Boas – São Paulo: Summus, 1996. – (Coleção novas buscas em comunicação; v. 52).