

## **Jenipapo<sup>1</sup>**

Guilherme Assis<sup>2</sup>

Karina Gomes Barbosa<sup>3</sup>

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

### **RESUMO**

O artigo apresenta e justifica um novo produto de jornalismo impresso. A revista Jenipapo, produzida em âmbito acadêmico, é feita por alunos de Comunicação Social – habilitação em jornalismo – e professores. Estreitando uma análise sobre um modo antigo de se fazer jornalismo, explanamos os campos da grande reportagem e do jornalismo literário através de fundamentos teóricos relacionados ao tema. A plataforma de trabalho, metodologia de conteúdo, perenidade da reportagem e mercado editorial também são assuntos do produto abordados no presente trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** jenipapo, novo jornalismo, jornalismo literário, reportagem, revista.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista-Laboratório.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social; email: jornalismo.assis@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora da Universidade Católica de Brasília. Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade de Brasília, email: karina.barbosa@gmail.com.

## 1 INTRODUÇÃO

No dia 21 de setembro de 2012, durante a 12<sup>a</sup> edição da Semana da Comunicação (SeComunica), foi oficialmente lançada a revista **Jenipapo**. Produzida por estudantes do Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília, a revista, laboratorial, é fruto de disciplina optativa e reúne estudantes de diversos semestres, com diferentes formações e o mesmo interesse: fazer jornalismo de revista; produzir grande reportagem; pensar o jornalismo.

Num tempo em que o digital parece ser mandatório – como única saída, destino inescapável e obrigação – fazer revista impressa, em papel caprichado, com lombada, pode soar anacrônico. Mas a Jenipapo nasce de uma crença de que o formato revista ainda tem, sim, sobrevivência que vale a pena perpetuar e ensinar; e que justamente esse ensino proporciona aos futuros jornalistas mais ferramentas para não apenas “aderir” acriticamente ao mercado de trabalho, mas inserir-se nele buscando sempre sua constante melhora.

Outra preocupação constante da revista, que se refletiu na primeira edição, é o tempo, conforme o editorial deixa claro:

Quais os tempos do jornalismo? O tempo do grande jornalismo? Só podemos conjecturar e, em uma escola, experimentar e exaustivamente todos os meses, dias, horas e minutos possíveis. Uma coisa é certa: é um tempo menos premente e ansioso que o tempo da página de jornal; menos instantâneo que a tela do portal; menos ao vivo que a televisão. Por ser tão sereno, o grande jornalismo mora, quase sempre, com aconchego, num amontoado de páginas de revista. Dali, de vez em quando, viaja para um códice de livro. Vira e mexe, dá o ar da graça onde bem entende.

É por acreditar que o jornalismo tem temporalidades diversas; que cada uma delas tem morada privilegiada em suportes distintos; que um dia se decidiu criar a **Jenipapo**. Não tinha nome, mas nasceu já com propósito: apresentar esse tempo prolongado, de uma profissão costumeiramente tão fugaz aos futuros jornalista do Curso de Comunicação da Universidade Católica de Brasília<sup>4</sup>. (JENIPAPO, 2012)

Calcada na tradição de grandes reportagens brasileiras, estampadas em revistas como a Realidade ou a Piauí, a **Jenipapo** incentiva os estudantes a contarem histórias:

Ao lado do desejo educador, a vontade de instigar alunos a não correrem atrás apenas de boas histórias. A caminharem. E também a mirarem aquelas histórias, escondidas por trás das quase histórias, que ajudam a tecer fios invisíveis entre comunidades locais, regionais, nacionais, estrangeiras. Fios quase como jenipapo, fruta que se espalha do centro ao sul da América.

---

<sup>4</sup>Sob a coordenação da MSc. em Comunicação Angélica Cordova Machado Miletto, o curso possui núcleos de criatividade em diversas mídias. Com destaque em Jornalismo temos o Centro de Rádio e de Televisão (CRTV), o Laboratório de Rádio, o Laboratório de Produção Gráfica (Casa da Mão), o Laboratório Digital, o Núcleo de Fotografia, a Oficina de Produção de Notícias (OPN), o Jornal-laboratório **Artefato** e a recém-inaugurada Revista **Jenipapo**.

São para esses lugares que a **Jenipapo** vai: para o fundo de Brasília, Curitiba, Bogotá, Boquim, para a cidade-satélite, para a estação abandonada, para dentro do banheiro de onde é expulsa a travesti. Na primeira edição da revista, contamos uma história de amor; uma vida de inventos e frustrações. Cinemas que viraram igrejas ou apenas história; Diferenças de infraestrutura e seus efeitos [...] É uma revista com a tardança que pede o jornalismo que se quer bom. (JENIPAPO, 2012)

## 2 OBJETIVO

A forma como o jornalismo se faz, ou como é feito hoje em dia, prova que existe uma inerente preocupação – não só em relação ao formato/plataforma – no que diz respeito ao conteúdo. A partir dessa preocupação, a **Jenipapo** objetiva engendrar uma teia invisível de uma comunidade ampla, que una por meio da narrativa jornalística línguas distantes, latitudes distintas e cidadãos que não se conhecem, mas podem se identificar por meio de problemas comuns. Fazer identidades se tocarem.

Além disso, a revista-laboratório busca ser um veículo voltado às comunidades que ficam à margem do protagonismo jornalístico do DF – logicamente em amplitude nacional, por conseguinte –, tomando-as por parâmetro tanto como pauta e como público-alvo. A revista almeja promover com os estudantes o exercício da grande reportagem e da análise crítica; especializá-los na cobertura investigativa de grande repercussão; exercitar o jornalismo reflexivo e de busca de soluções; resgatar o jornalismo como exercício da crítica cultural e política e como esfera pública de debates; preparar os estudantes para o jornalismo narrativo, para o jornalismo de revista e para a grande reportagem.

## 3 JUSTIFICATIVA

O jenipapo (*genipa americana*) é uma fruta presente da Guiana a São Paulo, do México às Antilhas. Forte, de gosto marcante (alguns dizem “amargo”), é frutinha arredondada e amarela. Quando se abre, a surpresa: as sementes cinza-escuras. Antes de maduros, ainda mais surpresa: a casca e a fruta contêm corante violeta ou azul escuro. Quando encontra o ar, vira preta. Jenipapo já foi pintura de índio, já foi tinta de quadro, tingiu palha e tecido. Desde 2012, é revista. A escolha do nome foi feita em conjunto com a

primeira turma de alunos da disciplina de Produção e Edição em Revistas<sup>5</sup>, no primeiro semestre de 2012.

**Jenipapo** é uma revista que se pretende um espaço de exercício de apurações mais consistentes, que indiquem fissuras de ação do poder público ou de instituições e empresas. Mas, ao mesmo tempo, que traga um tipo de investigação suficiente para extrapolar a denúncia: que aponte caminhos para resolver a questão. Isso pode se dar tanto com o uso convincente de um leque de especialistas quanto na pesquisa de outras cidades, estados, regiões e países que se defrontaram com a mesma questão e souberam equacionar o problema de forma criativa e/ou consistente.

Nesse sentido, a **Jenipapo** se pauta pelo conceito de grande reportagem, com apuração diferenciada, pesquisa abrangente e grande coleta de fontes. Ao mesmo tempo, a revista deve inspirar a experimentação de linguagem e estilo – do *lead* ao nariz de cera, ao jornalismo literário, ao novo jornalismo, ao *novo novo* jornalismo, ao jornalismo visual.

Entende-se por grande reportagem uma abordagem mais completa do fato que está sendo relatado, agregando maior amplitude às informações. Lima (1995) afirma que a grande reportagem consiste na ampliação do relato simples, raso, para uma dimensão contextual. Ao praticar esse gênero é possível mergulhar nos fatos e em seu contexto, oferecendo, ao autor, uma dose ponderável de liberdade para escapar da fórmula convencional do tratamento da notícia. (SCALZO, 2003)

As pautas são de viés local, com olhar voltado para DF e Entorno, e nacional, numa perspectiva de capacitar os alunos a entender os diferentes Brasis de nosso território. Completando esse mosaico de “regiões” e “entornos”, os jornalistas são incentivados a buscarem pautas que interliguem e costurem tais entornos – DF, Brasil – à realidade mais ampla da América Latina.

Produzida em um espaço pautado por abrangentes discussões sobre as temporalidades diversas do jornalismo (jornal, revista, web) e os impactos de tais temporalidades na construção da narrativa jornalística, na compreensão do que é acontecimento e fato, a revista não pode se construir esgotando o conteúdo na plataforma impressa. A intenção, portanto, é que a **Jenipapo** tenha interface concreta e constante na internet: galerias de imagens, vídeos, continuação de relatos, áudios, infografias animadas. Essa implantação está sendo feita paulatinamente, pois neste momento o curso também

---

<sup>5</sup> A disciplina é a primeira optativa ofertada no Curso de Comunicação Social da Universidade Católica de Brasília. De acordo com a matriz curricular vigente, no sexto semestre os estudantes têm de cursar uma disciplina optativa. PER foi implantada um semestre antes da obrigatoriedade de o estudante cursar uma optativa.

implanta um portal de convergência digital, Pulsátil ([www.pulsatil.com.br](http://www.pulsatil.com.br)), que irá abrigar o conteúdo on-line da Jenipapo e de outros projetos e disciplinas do curso, além de minimizar a dispersão de conteúdo e informação que marca a produção atual.

Além disso, a revista abriga o conceito de um blog que discuta constante os processos de produção – o *making of*. A atividade dos repórteres será registrada e compartilhada não apenas no blog, mas também nas redes sociais e na própria revista, como forma de:

- a) ampliar a possibilidade de que fontes diferenciadas vejam o trabalho e contribuam para dar consistência a ele (o jornalismo colaborativo, feito com parcerias, também chamado de *crowdsourcing*);
- b) o processo produtivo seja sempre escrutinado publicamente, e cada decisão ética e editorial seja debatida em fórum plural e credenciado;
- c) as dificuldades, as opções editoriais e técnicas e os debates em torno de determinadas questões sejam todos publicizados, como ferramenta de aprendizado para os estudantes, cumprindo ainda mais o papel experimental de laboratório. Nesta primeira edição, o perfil da revista foi alvo de uma matéria de “bastidores”, na qual a repórter narra os percalços que enfrentou para produzir o texto.

### 3.1 Jornalismo de revista

Uma das definições que mais se aplicam ao jornalismo desenvolvido nas revistas é de um editor espanhol chamado Juan Cano: “Fazer revista é manter uma relação de amor com o leitor” (SCALZO, 2003). A aproximação com o público por meio de vínculos textuais, imagéticos e de diagramação faz com que revista se torne um modelo pluralista para leitores. Logicamente, o público é bastante segmentado. Mulheres, homens, adolescentes, crianças, professores, administradores, juristas, viciados em tecnologia, ou seja qual for o público, lá terá uma revista especializada e direcionada para atrair esse leitor.

Cruzeiro, Realidade, Manchete, The New Yorker e piauí são algumas das revistas que inspiraram a criação da **Jenipapo**. Por meio de uma aproximação com o campo do Jornalismo Literário, criou-se uma tendência e um público-alvo que exige um texto bem apurado, bem desenvolvido e, normalmente, com um número de páginas elevado.

### 3.2 Novo jornalismo e literatura

Experiências entre notícia e literatura, aproximação com os fatos, genialidade, críticas ácidas e subjetividade são algumas das inúmeras características encontradas na vertente que surgiu na década de 60 nos Estados Unidos – o *new journalism*. Alguns historiadores apontam como precursor do modelo o escritor Daniel Defoe, que já no final do século XVIII se tornou conhecido com um dos romances mais famosos da literatura ocidental, precursor, inclusive, do modelo contemporâneo da forma literária do romance: *Robinson Crusoe* (SODRÉ, 2009).

John Hersey, Truman Capote, Lilian Ross, Tom Wolfe, Norman Mailer, Gay Talese e Joseph Mitchel são alguns expoentes que representam essa proposta de fazer jornalístico. Utilizando descrições aprofundadas em apurações e narrativas de diversos personagens para uma mesma história, observação persistente, impressionismo, técnicas de narração da literatura (diálogos completos, descrição de ambientes e personagens, unidades de tempo, espaço e ação), entre outros artifícios, conseguiram levar ao público mundial obras como *Hiroshima*, *A Sangue Frio* e *Eu sou Charlotte Simmons*. Não é por serem obras conhecidas mundialmente que esses autores ganham destaque, e sim pelas discussões geradas a partir desses textos nos quais, às vezes, questionam-se até mesmo a veracidade dos fatos ocorridos. A revista **Jenipapo** promove o jornalismo por meio de técnicas de literatura, aproximando-se do parâmetro do jornalismo literário.

## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista é produzida no âmbito da disciplina Produção e Edição de Revistas, disciplina optativa do Curso de Comunicação Social oferecida, prioritariamente, aos alunos de jornalismo, mas aberta também aos estudantes de publicidade, que oferece 30 vagas semestralmente. A disciplina possui quatro créditos e é aberta aos alunos que já cursaram Técnicas de Produção Jornalística III.

Ao lado da produção da revista, os estudantes se engajam em discussões teóricas acerca do jornalismo e da construção narrativa da notícia, como angulação, abordagem, foco narrativo, estilo, fidelidade ao fato. Constantemente, as pautas são colocadas em debate: cada detalhe, desde as fontes e personagens, até a construção visual, são semanalmente discutidos, aprimorados.

A partir do aprofundamento nos conceitos de jornalismo literário e *new journalism*<sup>6</sup>, o aluno se direciona ao estilo que mais lhe dá propriedade na comunicação da reportagem. Prosa, poesia, lirismo e, principalmente, a narrativa fazem parte da construção textual das reportagens que possuem 15 a 22 mil caracteres, em média.

Um dos desafios mais complexos em uma revista desse porte é conseguir trabalhar, da melhor maneira possível, a organização da grande quantidade de informações que são obtidas ao longo da jornada. Hierarquizar, ou seja, saber reconhecer o que é mais importante ou mais periférico, é um exercício que exige conversa intensa, edição cuidadosa, critérios editoriais bem definidos e tomadas de decisões fundamentadas em princípios éticos e editoriais. Um caminho que passa, inevitavelmente, pelos conceitos de noticiabilidade e enquadramento.

#### 4.1 Editorias

Em princípio, a revista não prevê nenhuma editoria fixa. Não há espaço editorial pré-aprovado, nenhuma fórmula prevista. Assim, o espelho da revista se constrói de maneira orgânica – é resultado/reflexo da turma de repórteres que a produzem, a cada semestre. Ainda assim, as diretrizes de pauta, angulação e abordagem, aliadas a um jornalismo de denúncia e busca de soluções e de boas histórias, garantem a identidade da publicação ao longo do tempo.

De todo modo, existem algumas editorias e formatos que podem aparecer nos conteúdos, de maneira combinada, a partir de uma previsão editorial de espaços e formatos que se coadunem com este projeto editorial. As seções são as definidas a seguir. Do mesmo modo, os textos, em qualquer editoria e de qualquer formato, podem contar com a presença desses adereços da informação:

EDITORIA	FORMATO	ADEREÇO	SEÇÃO
América	Artigo	Compreensão	Carta do leitor
Brasil	Charge	Dedo-duro	Editorial
Cidadania	Conto	Depoimento	Expediente
Cidades	Crítica	Foto legenda	Sumário
Ciência	Crônica	Frase	
Comportamento	Ensaio	Glossário	
Cultura	Ensaio fotográfico	Hipertexto	

<sup>6</sup> Novo Jornalismo: tendência difundida a partir da década de 60 na imprensa dos Estados Unidos, onde os principais escritores misturavam narrativas jornalísticas com a literária.

Economia	Entrevista	Info gráfico	
Educação	Info gráfico	Linha do tempo	
Esporte	Perfil	Memória	
Fronteiras	Poema	Numerária	
Meio ambiente	Reportagem	Pingue-pongue	
Mundo	Resenha	Ponto de vista	
Polícia		Repercussão	
Política		Retranca	
Saúde		Saiba mais	
Serviço		Serviço	
Trabalho			
Tecnologia			
Variedades			

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O público-alvo prioritário da **Jenipapo** se constrói em torno das ideias de comunidade e fronteiras. Uma comunidade imaginada que passeia pela América, pelas fronteiras do continente, mesmo as que parecem visíveis, passando pelas fronteiras brasileiras e pelas fronteiras candangas.

Ainda há três públicos-alvo a quem a revista se dirige: o público acadêmico – na Universidade Católica de Brasília e no resto do país –, notadamente a área de ciências humanas, incluindo aí todos os principais cursos de Jornalismo do Brasil. O produto também tem de circular pelas principais redações do DF e do país e pelos órgãos públicos que tenham algum posicionamento acerca do conteúdo da publicação, como os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, nos âmbitos federal, estaduais e distrital.

### 5.1 Características da publicação

Mídia: revista impressa, com versão digital;

Periodicidade: semestral;

Formato: formato aberto 42,5X27 cm e fechado 21X27cm;

Páginas: 64 páginas, pelo menos;

Papel: capa em 4x4 cores, couché fosco LD 170g/m<sup>2</sup>; (pelo menos) 4 cadernos de 16 páginas em 4x4 cores, couché fosco LD 90gm/m<sup>2</sup>; acabamento CTP; acabamento miolo colado a quente/costurado; capa com laminação BOPP;

Tiragem: 3,5 mil exemplares



## 5.2 Redação e organização e editorial

A equipe da **Jenipapo** é formada por um professor da área de texto, responsável pela coordenação geral do laboratório; por um professor de fotografia, responsável pela produção visual da revista; por um professor de diagramação, responsável pelo design do produto; e pelo técnico do laboratório, que auxilia os processos de fechamento do produto. A equipe da revista se reúne aos sábados, das 8h às 12h, no Laboratório Digital.

O professor coordenador é o editor-chefe da publicação; o professor de fotografia, o editor de fotografia; e o professor de diagramação, o diretor de arte da revista. Os estudantes formam os repórteres da edição, e se dividem cada um de acordo com suas aptidões jornalísticas. A ideia é que um dos estudantes seja o *checador* da revista: responsável por checar todas as informações apuradas pelos repórteres, de acordo com a tradição do jornalismo moderno, produzido no século XX nas melhores redações do país e do exterior.

Os editores – chefe, de fotografia e de arte – formam a editoria executiva da revista e, ao lado da Direção do Curso, têm função deliberativa em relação às questões propostas para a mesma.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto submetido tem o fito de publicar, por meio do exercício privilegiado da grande reportagem, uma visão diferenciada, abrangente, aprofundada e distinta dos acontecimentos e exercitar as vocações originais do veículo revista de espaço de crítica, produção e debate.

Busca, pedagogicamente, a constante inovação e renovação no jornalismo, utilizando como ferramenta primordial a ousadia e a técnica da reportagem como construção narrativa, a fim de promover os princípios do jornalismo por meio de fatos de interesse público. Esta é a **Jenipapo**.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BIAGOTTI, Breno. **Piauí e seu novo jornalismo literário**. Santa Catarina, n. , p.1-11, 2008.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2004.

JENIPAPO. Brasília: Athalaia Gráfica e Editora, v. 1, 2012.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2004.

PENA, F. **O novo Jornalismo in Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

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

SODRÉ, M. **A Narração do Fato: Notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.