



Jornalismo cultural: relato de experiência sobre a construção de uma revista experimental para a *web*¹

Arthur de Oliveira ROCHA²

Maria do Socorro Furtado VELOSO³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN

RESUMO

Relata-se, aqui, a experiência vivenciada durante a construção de uma revista experimental sobre cultura e comportamento produzida para a *web*, no primeiro semestre de 2013. *Alquimia Revista* é uma publicação destinada a jovens adultos, atuantes nas mídias sociais, que buscam na internet informação e entretenimento e que têm contato com a mídia digital com mais frequência que outras mídias. A revista adota o jornalismo literário como estilo predominante. Contempla reportagens, ensaio fotográfico, colunas, crônica, entrevistas, artigo de opinião e seções com características específicas. Aborda temas como: cultura, mídia, fotografia, música, cinema, literatura, moda, teatro, gastronomia, entretenimento, comportamento, lazer e estética. A finalidade deste relato é compartilhar as percepções sobre a prática experimental do jornalismo cultural, literário e de edição de revistas para a *web*.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo de revista; Jornalismo cultural; Jornalismo literário; Relato de experiência; *Alquimia Revista*.

1. INTRODUÇÃO

O surgimento da comunicação em redes digitais obrigou os diferentes meios de comunicação a repensarem as suas práticas comunicativas, particularmente no que tange ao jornalismo. Na atual cultura da convergência, com indivíduos hiperconectados, os veículos de comunicação buscam interagir com seus leitores através das ferramentas digitais.

Segundo Scalzo (2004), na última década, os jornais impressos fizeram um grande esforço para despertar o interesse de leitura dos jovens, criando seções específicas para esse público. “No entanto, para ler o suplemento dedicado

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Graduado em Comunicação Social – Jornalismo, 2013.1, pela UFRN. Integrante do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania, da UFRN. E-mail: arthurd.oliveira@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRN. Integrante do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania, da UFRN. E-mail: socoroveloso@uol.com.br.



especialmente a ele, o jovem precisa comprar o jornal inteiro” (SCALZO, 2004, p.14), diferente do que acontece no meio digital, em que cada um lê apenas o que lhe interessa.

A revista é um meio de comunicação segmentado, direcionado a nichos específicos com interesses comuns. No caso da revista digital, esse aspecto se mantém, mas é acrescido do que aponta Britto (2009, p.136): “O consumidor clássico da comunicação de massa sofre uma metamorfose, pode agir de maneira mais intensa sobre os produtos”.

As revistas são conhecidas por serem veículos de comunicação que possuem um intervalo significativo entre uma edição e outra. É preciso ter em mente que para produzir revistas, deve haver “A necessidade de sair da factualidade excessiva, da superficialidade do dia-a-dia” (SCALZO, 2004, p.42). É necessário se permitir o aprofundamento da pauta, procurar um novo foco para o acontecimento, outra abordagem e perspectiva, explicar algo de uma forma que ninguém explicou, jogando com os detalhes, associando temas e acontecimentos. As revistas dispõem de mais espaço para fotografias e ilustrações, recursos que devem ser explorados ao máximo como diferencial em relação a outros veículos.

*Alquimia Revista*⁴ foi pensada para tratar de assuntos pertinentes aos temas cultura e comportamento, sem perder o aspecto jornalístico, informativo, e por vezes opinativo, mas sem dúvida mantendo distância da linha de “revista-catálogo”, publicação que funciona mais como uma vitrine para dar publicidade a marcas, empresas e produtos do que para informar e entreter os leitores.

2. METODOLOGIA

Aplicar os conhecimentos jornalísticos adquiridos ao longo da graduação, dentro e fora da universidade, nas disciplinas, projetos de extensão, de pesquisa, oficinas, minicursos, eventos acadêmicos e estágios deve ser o principal objetivo de um Trabalho de Conclusão de Curso. O TCC reúne todo o conhecimento teórico e prático assimilado pelo estudante para ser posto em prática e à avaliação de uma banca. Este artigo foi desenvolvido como relato de experiência a partir da vivência experimentada no processo de construção de uma revista para a internet sobre cultura e comportamento, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com

⁴ Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do estudante de graduação em Comunicação Social – Jornalismo (UFRN) Arthur Rocha.



habilitação em Jornalismo, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), no semestre 2013.1.

O objetivo foi observar, descrever e analisar o processo produtivo de construção de uma publicação experimental sobre cultura e comportamento para a internet, desde sua linha editorial, escolha das pautas, convite aos colunistas, edição de texto, passando pelo processo de apuração e redação das reportagens, registros fotográficos, edição e tratamento de imagens, até o planejamento gráfico, diagramação, parcerias e veiculação.

A maior parte da revista é constituída por reportagens, que utilizaram primeiramente a técnica da observação, “processo empírico por intermédio do qual usamos a totalidade dos nossos sentidos para reconhecer e registrar eventos factuais” (VIANNA, 2007, p.14), com registros em relatórios descritivos da ação observada. Também foi utilizada a entrevista aberta gravada, para obter informações e declarações dos entrevistados, que serviu como fonte primária para a construção de cada matéria.

Recorreu-se também à pesquisa bibliográfica, para aprofundamento no tema e acontecimentos relacionados à pauta; e ao registro fotográfico, a fim de reforçar a veracidade dos relatos e acontecimentos, bem como dar mais credibilidade ao conteúdo jornalístico, além de ilustrar as produções, tornando-as mais atrativas aos leitores.

3. ESCOLHA DO PÚBLICO, SEGMENTO E SUPORTE

A maior parte do consumo de revistas, sejam impressas ou digitais, no Estado do Rio Grande do Norte é feita por publicações produzidas no eixo Rio-São Paulo, algo bastante comum na maioria dos estados brasileiros que se encontram fora desse eixo.

O restrito mercado norte-rio-grandense de revistas segmenta-se basicamente em periódicos voltados para colunismo social, política, negócios, economia, cultura, moda e estilo. Mas, boa parte dessas publicações são catálogos comerciais em forma de revista, com textos curtos, sem maior profundidade, e promoção de empresas através de matérias institucionais, divulgação de novos produtos e serviços, além de grande quantidade de anúncios.

O planejamento de *Alquimia Revista* partiu da premissa de falar sobre cultura e comportamento sem se prender a eventos culturais, agendas de eventos ou promoção de festas, bares e restaurantes. Escrever sobre cultura sem usar apenas o viés do entretenimento, mas unindo-o a conteúdo amplo e de profundidade. Como explica Piza (2009), o papel do jornalismo cultural nunca foi apenas anunciar, comentar e fazer críticas das produções lançadas nas sete artes, mas também “refletir sobre o



comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autônoma” (PIZA, 2009, p.57).

A sociedade de consumo atual necessita de produtos que possam ser visualmente atrativos, mas que ofereçam informação de relevância através de uma linguagem clara e que sintetizem conhecimento e entretenimento. *Alquimia revista*, por meio do jornalismo literário, foi pensada de modo a não se limitar a um público segmentado por sexo, idade, condição social ou localidade, mas por interesse comum em cultura e comportamento.

Através dos anos, percebe-se que a cultura e o comportamento humano são temas de forte interesse entre grupos sociais, independente de sexo, classe social ou faixa etária. Formados a partir de um motivo comum entre si, esses grupos precisam de espaços para socializar seus pensamentos e expressões, o que torna pertinente à temática-eixo escolhida para a revista.

No Brasil, contamos com algumas publicações especializadas em entretenimento, arte, cultura, comportamento. Mas essas revistas tratam dos temas em esferas nacionais e globais, sendo muito abrangentes. Pouco se mostra aspectos específicos da cultura local. A ideia para *Alquimia Revista* foi tratar desde um adolescente que viu oportunidade de aprendizado num projeto social que ensina música num bairro carente, até a tatuagem como forma de arte e expressão corporal, desfazendo a ideia de tatuadores não poderem ser pais ou não educarem bem uma criança.

No Rio Grande do Norte há uma carência de publicações voltadas às diversas culturas e comportamentos de pequenos grupos. Temas importantes do convívio em sociedade possuem pouco espaço na mídia de massa local. No Rio Grande do Norte, ainda predominam os veículos jornalísticos diários e, na internet, são os *blogs* os mais difundidos. Não há espaço nem tradição de revistas feitas para a *web*. Foi aí que entrou o objetivo de inovação e experimentalismo de *Alquimia Revista*.

Diante deste cenário, desvendado através de leituras e pesquisas, decidiu-se por trabalhar a produção de uma revista com conteúdo de qualidade, voltado para um público de leitores que está na internet a fim de buscar informação e entretenimento de forma híbrida. Uma publicação que não se enquadre como um catálogo publicitário travestido de revista e que seja feita pensando-se unicamente no meio *web*, sem uma versão digital como cópia secundária de uma versão impressa. A revista foi pensada para ter grande quantidade de imagens fotográficas, *design* atraente e utilização de



recursos de hipermídia, como *hiperlinks*, interatividade, animações e vídeos, a fim de dinamizar a leitura.

Tendo em vista a proposta, a publicação seria voltada para o público local, mas com abertura para leitores de outras localidades, já que seria compartilhada sem custos através da *web*. Escolher o público internauta e o suporte digital como meio de veiculação se dá porque, na internet, a comunicação é mais segmentada e personalizada que nas demais mídias. Além de se tratar de um público adepto de novidades.

4. EQUIPE, RECURSOS TÉCNICOS E EQUIPAMENTOS

A construção da revista se deu com embasamento teórico das aulas e disciplinas estudadas ao longo da graduação em Comunicação Social – Jornalismo e através da pesquisa e leitura de livros e artigos impressos e digitais, descritos nas referências bibliográficas, sobre: jornalismo de revista, cultural e literário; mídia digital e novas tecnologias da comunicação; fotografia; e *news design*⁵. Foram utilizadas revistas impressas e digitais como referência para a construção de *Alquimia Revista*.

Por se tratar de um TCC, a equipe da publicação é reduzida, tendo os alunos concluintes desenvolvido diversas funções, como: pauteiro, produtor, fotógrafo, repórter, editor, revisor e *designer*.

Como recursos técnicos foram utilizados gravadores, câmeras fotográficas (Nikon D3100 e Canon SX 150 IS) para registro do material visual da revista (fotos e vídeos), bloquinho e caneta. *Alquimia revista* teve sua edição gráfica formulada nos *softwares* de diagramação e *design* gráfico Adobe Indesign CS5, com contribuição de ilustrações feitas no Adobe Illustrator CS5 e tratamento de imagens no Adobe Photoshop CS5 e Microsoft Office Picture Manage. Para o desenvolvimento da vinheta da revista, utilizou-se o Adobe After Effects. Para a edição de vídeos, recorreu-se ao Adobe Premiere CS5. E para a visualização da revista, usou-se o Adobe Flash Player⁶.

Todo o conteúdo foi produzido pelos estudantes Arthur Rocha e Isabelle Sousa, concluintes do curso de Comunicação Social – Jornalismo 2013.1 da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com exceção da parte relativa a interatividades e recursos gráficos digitais, do conteúdo específico de cada uma das colunas (de autoria

⁵ Terminologia atribuída ao design gráfico específico de produtos jornalísticos.

⁶ A revista pode ser visualizada através da internet no link: arthurrrocha.deviantart.com/art/ALQUIMIA-revista-Finalizado-443915479



dos colunistas convidados), algumas fotografias e a reportagem da seção “Correspondente Alquimista”, situações que a publicação contou com colaboradores.

5. O PRODUTO

Alquimia Revista foi planejada como uma publicação de periodicidade trimestral. Como o produto é formado, em sua maior parte, por reportagens, estas com temas atemporais, foi escolhida uma abordagem mais detalhada, aprofundada e estilística, com diversificação da linguagem e apresentação gráfica.



Imagem 1 – Capa da primeira edição de *Alquimia Revista*

Tem como público pessoas interessadas em cultura e comportamento. A linha editorial é pautada no jornalismo informativo – em alguns momentos, opinativo (crônica, colunas e artigo) - assegurando a confiabilidade de fontes especializadas a compartilhar conhecimentos nas matérias e discorrendo sobre os principais assuntos pertinentes aos temas. A linguagem trabalhada busca ser atual e adequada ao público-alvo e ao suporte, sendo mais descontraída, informativa e sem jargões, gírias ou regionalismos. Tudo isso revestido por recursos do jornalismo literário.

A apresentação visual é composta por uma mistura de imagens fotográficas e ilustrativas, cores e informações textuais que pretendem atrair o olhar e entreter o leitor. O uso de boxes com informações extras, galeria de fotos, títulos coloridos e com fontes



diferenciadas, dentre outros recursos visuais, se apresentam como forma de destacar informações e de despertar a curiosidade do leitor para determinado conteúdo.

A interatividade é um dos principais pontos da revista. Além da matéria em si, são apresentados conteúdos extras (através de *hisperlinks*) que acrescentam informação e contribuem com o texto. São utilizados vídeos e fotografias ilustrativas às reportagens como forma de informar e envolver. As fotos em muitos momentos se encontram no formato de *slideshow*, com a possibilidade de o leitor passá-las de acordo com sua vontade, sem deixar a página para ver mais imagens. Há ilustrações animadas e um sumário interativo, pensado para se navegar mais facilmente pelas páginas da publicação.

5.1 CONSTRUÇÃO DA REVISTA

Depois de delimitados segmento, público e suporte, outras decisões se fizeram necessárias: a linha-editorial da publicação, periodicidade, linguagem, gêneros jornalísticos a serem usados, seções a serem criadas e o planejamento gráfico e identidade visual que a publicação iria adotar. Todas estas decisões foram tomadas em reuniões entre os editores de *Alquimia Revista*.

Passou-se, então, para a etapa de produção propriamente dita da revista, na qual se elencou, em reunião de pauta, possíveis assuntos, abordagens e fontes que poderiam constar na primeira edição. Uma a uma, foram discutidas todas as ideias, a fim de se dimensionar quais seriam viáveis e em que condições, quais recursos seriam necessários para produção de cada uma e se havia fontes suficientes para enriquecer as reportagens. As pautas foram pensadas de modo a contemplar diferentes temas dentro do segmento dorsal da publicação: cultura.

Escolhidas as pautas, foram distribuídas entre os repórteres. Nem todas deram certo. As que caíram foram substituídas por outras pautas que ficaram de reserva, já que a possibilidade de alguma matéria não ir para frente é inevitável. Algumas pautas também ficaram de fora da publicação, seja porque ficaram frágeis em conteúdo ou fontes de informação; porque as possíveis fontes e personagens da matéria se recusaram a participar ou conceder entrevista; ou porque já havia reportagens suficientes para estruturar a revista, já que a quantidade de páginas da publicação estava fechada.

Paralelamente à produção, apuração e redação matérias, os editores da revista decidiam aspectos relativos à identidade do produto, como o nome-título da publicação. O nome do produto consta de uma única palavra em língua nativa, evitando



estrangeirismos. Pensou-se numa palavra que fosse sem acentos, cedilha ou sinais gráficos, que dificultam a disseminação em larga escala e a escrita na internet. Pensou-se num nome que gerasse uma derivação para “aqueles que fazem esta revista”, logo, aqueles que fazem a *Alquimia Revista* são “alquimistas”, como também os leitores da publicação podem ser chamados. É possível utilizar o aspecto fantasioso da palavra “alquimia” para vinhetas, *spots*, chamadas, *jingles* e outros instrumentos de publicidade.

A alquimia é uma antiga prática que combina química, astrologia, magia, filosofia, matemática, física, religião e misticismo. Foi praticada na Mesopotâmia, Egito Antigo, no mundo islâmico, América Latina, China e Europa, o que dá a ideia da multiplicidade de culturas e a pluralidade geográfica. *Alquimia Revista* foi pensada com o objetivo de ser múltipla, plural, abrangente e diversificada.

Com o nome da revista e das seções e colunas (com seus respectivos colunistas) decidido, partiu-se para construção de uma arte para o nome de cada um desses elementos. A criatividade foi o recurso mais utilizado neste processo, que exigiu muito dos editores e *designer*.

Conseguir colunistas que se disponibilizassem a escrever para uma publicação nova e experimental seria um desafio, visto que as pessoas estão sempre muito ocupadas com seus próprios projetos. Diante disso, recorreu-se à colaboração de amigos, que atuam em segmentos de interesse da revista (audiovisual, gastronomia e moda). Todo o conteúdo de cada uma das colunas foi pensado e desenvolvido pelo respectivo colunista, mas com edição dos responsáveis pela revista.

Com as reportagens redigidas, estas passaram pelo processo de edição seguido da revisão. Simultaneamente, os registros fotográficos de cada matéria passaram pelo processo de seleção das melhores imagens, seguido da escolha das que iriam compor as reportagens, para então passarem pela etapa de tratamento nos *softwares* editores de imagens. Por fim, as legendas das fotografias foram construídas pelo editor da matéria e só então o conteúdo foi destinado à diagramação, levando-se em conta o planejamento gráfico já previamente desenvolvido.

Todo o processo de produção de conteúdo levou três meses para ficar pronto, e por essa razão as pautas tiveram de ser frias, mas com conteúdos que pudessem ser explorados em profundidade e se apropriando do jornalismo literário, cujas características são mais adequadas a reportagens para revista.

O processo de diagramação, que levou dez dias, aconteceu mediante o término, edição e revisão de cada conteúdo. Enquanto outras matérias eram produzidas, as



finalizadas eram distribuídas no espaço gráfico previamente destinado a elas. Nessa etapa de diagramação, frequentemente foram necessários ajustes no conteúdo, a fim de que este se adequasse ao espaço disponível para aquela produção, mantendo a harmonia da página e o equilíbrio entre mancha tipográfica e brancos da página. Daí a importância de se ter um *designer* jornalista, que saiba a maneira mais adequada de fazer esses pequenos ajustes no conteúdo durante o processo de diagramação.

Durante o processo construtivo da revista, muitas dificuldades foram encontradas. Desde pautas que caíram, personagens que desistiram das entrevistas ou nunca tinham disponibilidade para concedê-las, passando por colunistas que se disponibilizaram a escrever e depois não tiveram mais tempo para cumprir o *dead line*, chegando à dificuldade de se encontrar um repórter para participar da seção “Correspondente alquimista”, uma vez que o primeiro (que iria escrever sobre ilustrações e quadrinhos) não pode mais participar e, em cima do fechamento da revista, outro teve de ser encontrado.

Mas, sem dúvida, as duas maiores dificuldades vieram da adição de ações interativas à revista e da procura por uma plataforma que hospedasse a publicação, a fim de que ficasse disponível *online* para qualquer leitor, apenas através de um *link*. Para os recursos interativos, aspecto que não estava no campo de domínio e conhecimento de nenhum dos integrantes da revista, foi necessário recorrer à colaboração de um *designer*. Todo trabalho que dependeu de terceiros gerou dificuldades e contratempos que atrasaram a finalização do produto. A revista, depois de pronta, foi exportada em formato SWF (*Flash*), que possibilita seu pleno funcionamento. São inúmeros os *sites* que existem para hospedar produções e construir portfólios, dos mais variados formatos de arquivo, mas são pouquíssimos os que comportam o formato SWF possível de ser visualizado com simples acesso através de um *link*. Depois de muitas tentativas em outros *sites*, o produto final foi hospedado no www.deviantart.com.

5.2 CONTEÚDO

Alquimia Revista é composta por oito reportagens, um ensaio fotográfico, três colunas, uma crônica, uma entrevista (estilo pingue-pongue⁷), um artigo de opinião, ilustrações e seis seções com características específicas (“*Check in*”, “Correspondente

⁷ Publicada na forma de perguntas e respostas. Exige texto introdutório contendo a informação de mais impacto, breve perfil do entrevistado e outras informações, como local, data e duração da entrevista e resumo do tema abordado.

alquimista”, “Páginas pretas”, “Bastidores da reportagem”, “Enquadrado” e “Eu em um minuto”). A maior parte do conteúdo é de reportagens, sendo uma delas a reportagem especial (capa) e duas secundárias (com chamadas na capa).

A primeira matéria reporta a história de um projeto na periferia de Natal, que insere gratuitamente crianças e jovens na teoria e prática de instrumentos musicais.

A reportagem seguinte traz a famosa máquina de dança *Pump it up*, considerada esporte de competição no Brasil e no mundo. Com boxes sobre como funcionam as máquinas, a reportagem conta também com informações adicionais sobre os níveis de dificuldades e contém também galeria de fotos interativa.

Na matéria sobre cultura japonesa, o repórter narra a história de Fábio Lima, estudante de Licenciatura em Física que faz origamis, famosa arte da dobradura de papel. Além de contar como o estudante tornou-se famoso por seus origamis, a matéria traz ilustrações sobre como fazer um origami e galeria fotográfica de alguns trabalhos de Fábio. Contém, ainda, box com a história de um dos mais famosos origamis, o *Tsuru*.



Imagem 2 – Sumário interativo (ao passar o *mouse* em cima das fotos, as imagens correspondentes a diferentes partes do conteúdo da revista são substituídas por caixas de texto com uma sucinta apresentação do conteúdo correspondente e a indicação da página onde se encontra; ao clicar, o leitor é levado diretamente para o conteúdo de interesse)

A reportagem principal retrata a cultura das tatuagens em um especial com 22 páginas sobre o assunto. Com fotos e histórias de diferentes personagens, o repórter busca inserir o leitor no mundo da *body art* de forma criativa e envolvente. A reportagem se torna longa pela significativa quantidade de fotografias, valorização do espaço em branco, vídeos, intertítulos e boxes que segmentam o conteúdo, e três



retrancas. Além de uma seção chamada “Bastidores da reportagem”, onde o repórter narra seu contato com a *body art*.

Na entrevista, a personagem é a diretora de cinema e TV Cristiane D’amato. O texto se estende por seis páginas e contém fotos, *link* para vídeos e ilustrações. Os entrevistados participam sempre da seção “Eu em um minuto”, que fica exclusiva para ser veiculada fora da revista – nas redes sociais e outros veículos da plataforma digital, como forma de divulgar o entrevistado da edição.

A gastronomia também ganha destaque. A cozinha potiguar é retratada na matéria sobre a gíngua com tapioca. A reportagem conta ainda a história da Redinha, bairro de Natal.

A crônica da edição, destinada a valorizar o aspecto literário da publicação, tem duas páginas e conta a história de um ambulante que se tornou empreendedor de sucesso ao publicar seus produtos em mídias sociais e sites na *web*.

Um artigo de opinião se fará presente também a cada edição. Na primeira, o articulista escreveu sobre a transformação pela qual o jornalismo impresso passa nas últimas décadas. A convergência do meio físico para o virtual é discutido. A finalidade deste espaço é assegurar que *Alquimia revista* seja também uma publicação opinativa.

5.3 COLUNAS

Decidiu-se trabalhar com três colunas sobre temas distintos e dentro da área de cultura humana e urbana (audiovisual, moda e gastronomia), cada uma com seu respectivo colunista (colaborador da revista convidado por *Alquimia Revista* para escrever sobre o tema). O conteúdo é de responsabilidade do colunista, mas a apresentação visual fica sob encargo do veículo. A seleção de conteúdo para cada coluna também é escolha do colunista, passando pelo processo de edição de texto, sob responsabilidade dos editores da publicação.

A coluna “Câmera ação!” tem foco no audiovisual. Quem assina é a jornalista e radialista Érica Lima. O assunto principal é o audiovisual potiguar. A responsável pela coluna “Fashionland” é Megg Thurner. Estilista, jornalista e consultora de moda, Megg contribui com moda e estilo. O chef de cozinha e jornalista Fábio Cunha, colabora com assuntos sobre gastronomia, na coluna “Papo de cozinha”, onde conta a história da tradicional feijoada, ensina o preparo de um *drink* e indica um filme que pode ser apreciado pelos amantes da gastronomia.



5.4 SEÇÕES

Foram pensadas seis seções fixas: “Páginas pretas”, “*Check in*”, “Enquadrado”, “Eu em um minuto”, “Correspondente alquimista” e “Bastidores da reportagem”. Cada uma tem nome, arte e estilo próprio, para fortalecer a identidade com o leitor.

Na seção “Páginas pretas”, foi pensado um espaço aberto a reportagens sobre assuntos que envolvem tabus sexuais, tão pouco abordados jornalisticamente pelos veículos de comunicação. No geral, vemos que na mídia o tema é tratado com apelação, sensacionalismo, humor e tira-dúvidas com especialistas. Neste número, a seção traz o mundo das *sex shops* e alguns produtos da linha erótica que são novidade no mercado.

Em “*Check in*”, aproveitando-se da febre e boa repercussão em torno das redes sociais possíveis de se marcar a localização geográfica do usuário, a revista conta a história de um lugar. É como se o repórter fizesse *check in* em cada um dos lugares que a seção mostra a cada edição. O lugar escolhido foi a cidade de Macau/RN.

“Enquadrado” é a seção do ensaio fotográfico, em forma de galeria, com dez fotografias em torno de uma mesma temática e com um texto-legenda para cada foto. Nesta edição, a revista exhibe fotografias jornalísticas de ambulantes e pessoas que trabalham nos semáforos da cidade de Natal. Este ensaio se enquadra no que Jorge Pedro Sousa (1998 e 2002) delimita como fotodocumentalismo social.

“Eu em um minuto” é uma seção de vídeo que acompanha a entrevista da publicação. O entrevistado tem 60 segundos para responder “Quem é você?” E o vídeo fica disponível nas redes sociais para divulgar o entrevistado de cada edição.

“Correspondente alquimista” traz uma reportagem especial feita por um repórter de outra cidade. Ele é convidado pela revista para escrever e são discutidos possíveis temas e abordagens. O objetivo é assegurar o caráter plural da publicação e ampliar sua repercussão para além do Rio Grande do Norte. O estudante de jornalismo Brenno Rebouças, de Fortaleza/CE, conta a história de uma banda alternativa do Ceará.

Em “Bastidores da reportagem”, o repórter faz um relato sobre a produção de uma matéria. O texto possibilita ao leitor conhecer os bastidores da produção jornalística. A escolha para esta edição foi a reportagem sobre tatuagens.

5.5 FOTOGRAFIA, DESIGN E AÇÕES INTERATIVAS

Para a publicação, foi adotado o tamanho A4, que possui 21cm x 29,7cm. É um tamanho familiar ao olho do leitor, nem muito pequeno, nem muito grande e que segue

os padrões que se encaixam facilmente a *tablets* e *desktop*. A apresentação gráfica utiliza elevada carga de cores e há uso intenso de fotografias e ilustrações. Com isso, preza-se pela persuasão visual como forma de atrair o leitor.

Alquimia Revista é uma publicação que preza pela utilização de imagens fotográficas em suas reportagens. Tendo em vista que a fotografia permite mais credibilidade ao veículo e à informação transmitida, as fotos se apresentam como uma forma de dar ao leitor uma melhor dimensão do que está sendo informado no texto.

Todas as fotos passaram por tratamento. Não houve manipulação de imagens, apenas tratamento para assegurar a qualidade técnica do trabalho fotográfico, inclusive das imagens amadoras feitas com câmeras digitais e dispositivos móveis.

“Com a fotografia, abre-se uma janela para o mundo. Os rostos das personagens políticas, os acontecimentos que têm lugar no próprio país ou fora de fronteiras tornam-se familiares” (FREUND, 1995, p.107). Este é um aspecto que confere à fotografia caráter indispensável nas matérias. Com a fotografia, podemos conhecer pessoas que nunca vimos de perto ou lugares distantes.

A fotografia amadora se fez presente na publicação através das imagens cedidas por pessoas que quiseram contribuir, enviando imagens pessoais de suas tatuagens para a construção da galeria de fotos intitulada “Tatuagens dos leitores”. Esse tipo de produção se encaixa no que Jenkins (2008) fala sobre cultura participativa.

Originado do latim *diagramma*, a diagramação seria o “desenho geométrico usado para demonstrar algum problema, resolver alguma questão ou representar graficamente a lei de variação de um fenômeno” (SILVA, 1985, p.41). É a atividade de dirigir o material gráfico, combinando-o com o material jornalístico, a fim de persuadir o leitor a consumir um produto - um bem simbólico que no caso seria a informação e, em alguns casos, o entretenimento.

Ao mesmo tempo em que a publicação transmite informação através do texto, uma informação visual é produzida como meio de “reforço estético através dos símbolos gráficos que atuam na sensibilidade do receptor” (SILVA, 1985, p.26). É com esta finalidade que se precisa conceder ao *news design* sua importância enquanto informação visual e enquanto roupagem persuasiva, visando estimular o leitor a adentrar naquele conteúdo ofertado pela publicação.

O projeto gráfico de uma revista objetiva a comunicação com o leitor antes dele entrar em contato com o conteúdo propriamente dito, fazendo isso de forma harmônica na combinação entre textos e imagens, comunicação verbal e não-verbal. Deve-se



adotar uma linguagem clara e objetiva, nivelando em importância e trato a forma e o conteúdo, não estando um sobreposto ao outro, como se pretendeu nesta publicação.

O branco foi utilizado como recurso estético. Seu uso compensa a perda de espaço pela beleza da página. Nas palavras de Silva (1985, p.14) “a leveza do espaço em branco valoriza a mensagem”. O espaço em branco livre foi valorizado pela publicação, afinal, a diagramação de revistas exige muito mais desse recurso do que a diagramação de jornais diários. Mas a publicação não teve uso de brancos que ultrapassasse 50% em relação à macha tipográfica.

A interatividade é outro dos principais pontos de *Alquimia Revista*. Por se tratar de uma revista para o suporte digital, o leitor terá a oportunidade de realizar algumas ações interativas com o conteúdo apresentado. Além da matéria em si, são apresentados conteúdos extras que acrescentam informação e contribuem com o texto, através de *hiperlinks*.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muito conteúdo é produzido no meio virtual, porém nem tudo o que é veiculado neste espaço foi estrategicamente pensado para este meio. *Alquimia Revista* foi concebida para a internet, não sendo mera cópia digital de uma publicação impressa já existente. O conteúdo do veículo foi pensado de modo a abordar temas alternativos à agenda dos veículos de massa, que sejam parte do cotidiano dos leitores e que quebrem ideias preconceituosas enraizadas socialmente, como crianças carentes tocando flauta doce, uma família de pais tatuadores e uma empresária do ramo de *sex shops*. A publicação procura interagir com o internauta por meio de *hiperlinks*, *slideshow*, ilustrações e vídeos, além de divulgar conteúdo enviado por leitores, como as fotos pessoais das tatuagens.

Criar uma revista é bastante trabalhoso, especialmente se tratando de uma publicação experimental. São inúmeros detalhes a se pensar e decisões importantes a serem tomadas, que podem garantir o sucesso ou fracasso da publicação. Contar com colaboradores é indispensável, mas lidar com eles pode ser bem complicado. Trata-se de uma relação difícil, mas necessária. No jornalismo, mesmo que não seja diário, sempre é preciso trabalhar com planos B, C, D... A probabilidade de algo dar errado ou precisar ser substituído é grande. Não é possível trabalhar preso a uma única possibilidade ou ideia.



Com esta experiência, percebeu-se como a fotografia deve ser usada como ferramenta não só ilustrativa da reportagem, mas como um texto em si, responsável por comunicar através da imagem, sempre associado às respectivas legendas. E também, que o *design* da publicação é fator de igual importância, se comparando ao conteúdo, pois ambos precisam estar em harmonia para uma comunicação completa. Notou-se, ainda, que trabalhar com jornalismo literário enriquece o texto jornalístico, em especial na produção de reportagens mais longas, sobre temas como cultura, por exemplo.

REFERÊNCIAS

- BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura**: sob o olhar dos estudos culturais. São Paulo: Paulinas, 2009.
- COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico**: teoria e prática da diagramação. 4ª ed. rev. e ampl. – São Paulo: Summus, 2000.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.
- FREUND, Gisèle. **Fotografia e sociedade**. 2 ed. Tradução Pedro Miguel Frade. Lisboa: Veja, 1995.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Editora Aleph, 2008. LANDOW, George P. **Hypertext 3.0**: Critical Theory and New Media in an Era of Glozation. Baltimore, Maryland, EUA: The John Hopkins University Press, 2006.
- PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- RASÊRA, Marcella. **Jornalismo digital: do boom aos dias atuais**. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia in Ícone, disponível em <<http://www.icone-ppgcom.com.br/index.php/icone/article/viewFile/96/92>> Acesso em 12 jan. 2013;
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação**: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. SP: Summus, 1985.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1998.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2002.
- VIANNA, Heraldo M. **Pesquisa em educação**: a observação. Brasília: Líber Livro, 2007.