



O Fazer jornalístico na Revista Brasileiros¹

Caio Cardoso de Queiroz²

Universidade Federal de Juiz de Fora - MG

Resumo

O presente trabalho se dedica a realizar uma análise do fazer jornalístico enquanto parte da narrativa construída no corpo da Revista Brasileiros. Utilizando conceitos básicos relativos ao jornalismo de revista e partindo da análise do número 66, de janeiro de 2013, da Revista Brasileiros, buscamos compreender quais são as rupturas que este veículo faz em relação com outros meios e outros veículos no que tange ao fazer jornalístico e seu modo de construção.

Palavras-chave

Jornalismo; Jornalismo de Revista; Brasileiros; Fazer jornalístico.

1. Introdução

A prática jornalística é regida por uma série de fatores, com uma percepção crítica dos acontecimentos, uma ética no contato com os dados e na veiculação e uma série de outros fatores que influenciam desde o início de uma pauta até sua publicação. Estas características intrínsecas da prática jornalística independem do meio de veiculação, porém algumas especificidades são guardadas em cada tipo de formato jornalístico, dado principalmente a diferença no tipo de relação que o público estabelece com este ‘texto’ - que pode ser escrito, audiovisual ou mesmo ser um hipertexto.

A operação do jornalismo por meio destes veículos específicos altera a recepção, mostrando as peculiaridades que acontecem desde a pauta até a linguagem, apresentação visual e todo o processo de circulação de informação entre os agentes que nela se envolvem. Ainda que os critérios de apuração jornalística sejam, em geral, os mesmos, podemos dizer que o formato a periodicidade dos meios acabam afetando a rotina de trabalho dos jornalistas e, claro, o produto.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Estudante de graduação da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora e bolsista do Programa PET MEC/SESu caiocardosode@yahoo.com.br



Abordaremos, neste trabalho, a Revista, um meio com suas especificidades bem determinadas e que, ao mesmo tempo, guarda grande variedade de formações já dentro de seu formato. Alguns autores, em especial Marília Scalzo (2003) e Alexandre Goulart (2006) se dedicam a estudar o jornalismo de revista e identificam algumas características do meio.

Para Goulart(2006) dentre as características da revista, estão: a variedade – muitos assuntos para fisgar o leitor e passar a sensação de janela do mundo; a especialização – centrada num determinado universo de expectativas, visto que conhece seu leitor; visão de mercado – por conhecer seu público, apresenta um produto de olho nos nichos de mercado; texto – o público é curioso, escolhe a revista, logo, se importa com o texto; imagem – o leitor é seduzido com apelo visual, com o bom fotojornalismo.

Quanto à esta especialização que defende Goulart, Scalzo (2003, p.55) é mais cautelosa, pois, segundo ela, este é um ponto de conflito, pois seria “a falta de especialização do jornalista que, teoricamente, capacita-o a perguntar o que não sabe para quem domina determinado assunto e, depois, traduzir tal informação, de modo que todo mundo a entenda”.

Neste trabalho, nosso objeto de estudo é mais específico, sendo analisada a revista Brasileiros, uma publicação relativamente recente no mercado editorial, tendo começado a circular em 2007. A ‘Brasileiros’ é elaborada a partir de uma ideia simples: “Revista mensal de reportagens, tem como foco o Brasil, seus grandes temas, seus grandes desafios e, principalmente, seus habitantes e suas histórias”. Ou seja, “narrar o país para os brasileiros”, segundo consta do editorial e da proposta da editora.

Esta proposta editorial é interessante para iniciar o trabalho de pesquisa sobre o fazer jornalístico impresso nas páginas da Brasileiros. O debruçar inicial sobre um recorte pequeno da revista, dá pistas indiciais de respostas destes questionamentos. O recorte, apesar de restrito pode mostrar características que, num universo maior de análise, poderia se diluir em formações de características mais gerais. Partimos, então, para a análise de fato da edição de número 66 da Revista Brasileiros, de Janeiro de 2013.

2. Jornalismo de Revista: características e dados gerais

O editor espanhol Juan Caño, no livro de Marília Scalzo (2003, p.12) diz que produzir revista é manter uma relação de amor com o leitor. E é a capacidade de



adaptação da Revista ao longo dos tempos que faz com que ela continue sendo uma das formas informativas fortemente encontradas hoje em dia.

Esse veículo de comunicação já nasce com algumas especificidades. Segundo Scalzo (2003, p.19), a mídia surgiu voltada para um público específico, uma das características que a revista mantém atualmente, ainda que tenha se popularizado de maneira intensa na Europa e nos Estados Unidos primeiro e posteriormente ganhado espaço no mundo todo.

Sobre as revistas mais populares no Brasil, Scalzo (2003) faz uma retomada dos principais títulos, lembrando as datas e as revistas: 1812: *As variedades* (BA) – sobre literatura, em forma de livro; 1813: *O Patriota* (RJ); 1817: *O Propagador das Ciências* (RJ) – primeira segmentada; 1849: *A Marmota da Corte* (RJ) – introduziu humor e textos curtos; 1898: *Rio Nu* (RJ) – contos picantes, fotos eróticas e política; 1900: *Revista da Semana* – com reconstituição de crimes através de fotos; 1905: *Tico-Tico* – primeira em quadrinhos; 1928: *O Cruzeiro* – dos Diários Associados, trazia grandes reportagens fotográficas, ilustrações, chegou a vender 700 mil exemplares por semana nos anos 50, quebrou em 1978; 1929: *Revista do Globo* (RS), publicada pela Livraria e Editora Globo de Porto Alegre, continha ilustrações, abria espaço para poetas; 1950: *Pato Donald* – primeira da Editora Abril

Mais títulos de revistas, em 1952: *Manchete* – " Aconteceu virou Manchete" , valorizava fotos, ilustrações, *fait divers*, fechou em 2000; 1966: *Realidade* – da Abril, deixou saudades nos jornalistas, era adepta ao jornalismo investigativo, grande reportagem evidenciando as mazelas sociais em plena ditadura, durou até 1976; 1968: *Veja* – inspirada na Time, notícias da semana divididas em seções, texto objetivo, uma revista que hoje vende mais de 1 milhão de exemplares por semana, é a quarta maior revista informativa do mundo.

Na década de 60, surgiram também as revistas de Maurício de Souza, *Manequim*, *Quatro Rodas*, *Claudia* (com fotonovelas, decoração, beleza, problemas femininos), *Ele e Ela*. Na década de 70, surgiram *IstoÉ*, *Visão*, *Exame* (a primeira de negócios), *Playboy*, *Nova*, entre outras.

Ainda segundo Scalzo (2003), são vendidos 600 milhões de exemplares de revistas por ano no Brasil. Nos EUA este número chegava 6 bilhões quando do levantamento. O maior sucesso editorial da atualidade é a *Cosmopolitan*, presente em 25 países. Sua



fórmula consiste em falar para a mulher jovem, interessada em carreira, beleza, relacionamentos amorosos, sexo.

A revista tem um contato íntimo com seu público, investindo tempo em saber com quem se conversa, quais suas preferências, questionamentos, suas dúvidas e curiosidades. O laço de afetividade que a revista consegue criar com o seu público e que a leva a se tornar um objeto querido, ainda existe por falarem a língua da sua audiência, fornecendo um material que a interessa, que foi produzido pensando nela.

A revista ainda tem o importante papel de estabelecer, segundo Scalzo (2003, p. 12), “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”. Além disso, elas são porta-vozes de transformações sociais, como quando começaram a abordar, em revistas femininas, temas como sexo, machismo, saúde, beleza, direitos da mulher e tantos outros, ajudando a consolidar as mudanças que já estavam acontecendo no universo feminino principalmente a partir dos anos de 1960. Scalzo ainda lembra que:

[...] com a mulher entrando para valer no mercado de trabalho, há um grande crescimento no mercado de revistas femininas. Nesse momento começam a aparecer também revistas que não tratam as mulheres como simples donas-de-casa e mães, mas como profissionais em busca de realização (SCALZO, 2003. p.34).

Vale ressaltar ainda que a compreensão dos tipos de texto empregados na revista é essencial para clarificar o conceito deste periódico e melhor apreender suas características. Não faremos, porém, uma digressão ao tema dos gêneros jornalísticos neste trabalho e nos fixaremos mais nestas características mais gerais do jornalismo de revista e, já tendo entendido parte do papel que o veículo desempenha, podemos nos dedicar ao objeto de maneira mais específica.

3. A revista Brasileiros

Antes de tudo, para compreender o fazer jornalístico evidenciado como prática nas páginas da ‘Brasileiros’ buscamos entender as características clássicas do texto jornalístico. Em geral a construção do texto segue recursos práticos como os observados



em manuais e a maior parte desses manuais entende que o texto jornalístico deve ser construído a partir do lead.

O lead é um modelo básico de prática jornalística ao texto pra que esse texto possa ser o mais objetivo e informativo possível. Este modelo é, na realidade, um facilitador da construção textual do jornalismo, já que as exigências do mercado impõem ritmos autoritários à rotina de produção dos profissionais. O manual específico do lide busca responder as perguntas: quem?, o quê?, quando?, onde? e como? e porquê? a fim de que o texto mantenha uma aparência clara, e possa manter a estrutura de complementação das informações.

É comum que logo abaixo das explicações do lead tenham explicações escritas sobre o jornalista não expressar sua opinião, nem usar adjetivos. Como se houvesse uma necessidade de objetividade textual, para além do método de apuração, que pudesse garantir a credibilidade do material jornalístico. Os questionamentos acerca da necessidade de objetividade e dos meios utilizados pelos jornalistas na construção de seu texto são muito frequentes nas obras de Michael Schudson, por exemplo.

Para entender melhor esta formatação do conteúdo jornalístico em revista, analisamos a revista *Brasileiros* a fim de buscar suas marcas narrativas específicas. Publicada pela Brasileiros Editora Ltda., a revista mensal tem cerca de trinta mil exemplares. A *Brasileiros* trouxe sua primeira edição às bancas em julho de 2007 e seu ponto central é no Brasil e seus habitantes, com a intenção expressa de contar as histórias dos brasileiros. No decorrer de suas edições é perceptível o enfoque de caráter prático na cultura nacional e na vida dos brasileiros, fazendo com que o leitor se identifique e seja “conduzido” durante os textos apresentados.

A *Brasileiros* geralmente é formada por quatro editorias, e nelas seguem no mínimo oito seções. Cada edição publicada pode sofrer alterações nesses números, entretanto, em suas editorias sempre aparece a “30 dias” – que também contém seções fixas como Cultura e suas subseções – Capa, Dossiê e “Você acredita no Brasil?”.

Além disso, a revista costuma ser constituída por aproximadamente 100 páginas em cada edição. Suas cores padrão são: preto, cinza, amarelo e vermelho, dando destaque na cor vermelha que se encontra em quase todas as páginas. Seu projeto visual é particular, pois mesmo que a diagramação siga uma forma mais clássica e simples, a revista propõe um estilo por meio do qual o leitor é capaz de captar a essência do tema abordado antes mesmo de se aprofundar na leitura. O texto diagramado tem muitas imagens sobrepostas e chama atenção do leitor para a matéria principal.



A *Brasileiros* aposta em outros elementos que servem como decoração na sua diagramação. São recortes, colagens, mistura de elementos. A revista não possui um padrão espacial em suas edições, podendo ser organizada livremente e complementar o texto de forma descontraída. Essa distribuição de fotos também pode se referir ao reconhecimento do leitor. As fotos selecionadas, em geral, são marcadas pela valorização das expressões faciais, movimentos e, principalmente, as emoções.

4. Análise da edição

Seguindo para o conteúdo textual das reportagens apresentadas na revista, existe também uma tendência do contar histórias nesta edição de janeiro de 2013. Os repórteres da revista aparecem, em alguns textos, como personagem e dão ênfase para a vida das pessoas comuns e públicas, como numa reportagem sobre museus de preservação da memória caipira. Os entrevistados são protagonistas das histórias e o modo da escritura se apresenta como ponto diferencial e mote principal da revista. Em exemplo desta edição, uma matéria sobre duas mulheres que conseguiram crescer na carreira militar e são estreadas nos cargos traz estas personagens de modo muito forte.

Nem sempre a revista opta pelo óbvio das abordagens e disposição, pois as temáticas são organizadas de forma piramidal que sai do particular, terminando no geral, com ênfase sempre no lado pessoal. Essa característica da *Brasileiros* se desvincula de maneira muito clara do manual do lide, que preza pela busca do distanciamento em nome da imparcialidade. A *Brasileiros* nos mostra sempre uma parcialidade, por recortar temas e os aborda numa perspectiva que normalmente foge das características apresentadas no manual de redação.

Outra característica marcante na revista é a reportagem. Esse tipo de texto foge do que estamos acostumados a ver diariamente no jornalismo, seja pela falta de tempo ou de espaço para aplicá-lo. As temáticas das reportagens buscam também construir um mosaico de formações que só fazem sentido quando se leva em conta o título e as intenções da revista. São muitos rostos e histórias diferentes contadas nas páginas da revista, que pode não ter, como as revistas semanais, um foco especificamente noticioso quente.

Esta é uma característica importante presente na maioria das edições, a revista trabalha pouco com o factual, a matéria quente. E mesmo quando é algo que aconteceu



“recentemente” a matéria é sempre angulada para o lado da história, da personagem que a conta. Essa forma de produzir o texto acaba por se tornar a principal característica da revista. A narração descritiva e do fato incomum é um ponto recorrente nas reportagens, o que traz uma sensação de familiaridade ao leitor, até para buscar reconhecimento no brasileiro comum.

O editorial traz uma defesa de um colaborador da revista e, também neste ponto, é uma defesa da pessoa envolvida em uma situação específica de conflito profissional com uma outra equipe. Aproveitando o tema, o diretor de redação Hélio Campos Mello fala também sobre a prática jornalística colocada como voz de defesa de direitos e como prática investigativa e punitiva. A defesa explícita de um membro de sua equipe reforça o caráter de pessoalização da narrativa da Revista.

A entrevista de capa, com a cantora Paula Fernandes, é uma tentativa clara de diálogo com as duas reportagens sobre mulheres militares pioneiras no Brasil, pois a coloca como uma mulher que “impõe sua força” com talento. Ao todo, a entrevista preenche dez páginas da edição, contando também com um extenso ensaio fotográfico, marcando não por acaso as principais cores da Revista, e também fotos de arquivo pessoal da cantora.

Dez das matérias do corpo da revista – dentro da editoria 30 dias – entram assinadas pelos colaboradores e, com uma espécie de etiqueta, são matérias de cunho cultural, recomendando livros, filmes, resenhando peças de teatro ou exposições. Outros seis espaços na mesma editoria são colunas sobre temas variados, como TV ou mesmo a rotina de pessoas comuns em textos de colunistas.

Há, então, o espaço para outras 13 reportagens e somente duas delas não têm o foco claramente voltado para alguma personagem: um roteiro sobre onde passar o carnaval, que serve muito mais como um catálogo de informações sobre as diferentes opções de festa no país; e uma reportagem sobre pesquisas da Marinha brasileira na Antártica. Mesmo esta última reportagem se usa, de alguma maneira, de personagens, mas não de maneira tão forte e central quanto as demais reportagens.

Dentre este material, há uma matéria sobre o jornalista Goulart de Andrade; uma sobre as empresas de uma família controladora de um frigorífico; sobre a utilização de uma moeda alternativa por moradores da periferia de São Paulo; as duas matérias já citadas sobre mulheres no universo militar; sobre um casal de norte-americanos que vive no Brasil, sendo que o senhor é jornalista e dono de uma empresa aérea; sobre os Assírios que moram em São Paulo; uma reportagem sobre museus caipiras; sobre um



festival de Jazz no nordeste e, também sobre o Nordeste, uma outra reportagem de pessoas que foram morar em praias no Ceará. Além dessas, há também uma matéria sobre um festival de música no sul do país. E a seção ‘Você acredita no Brasil?’, na qual diferentes pessoas dizem se acreditam ou não no futuro do país.

5. Considerações Finais

Tendo como base a bibliografia consultada direta e indiretamente sobre o jornalismo de revista e a análise desta edição da revista *Brasileiros*, podemos dizer que há indicações que ela se utiliza de um conceito diferenciado para a ideia de texto jornalístico. É possível perceber uma outra forma de fazer jornalismo, mas sem grandes fugas das regras de uma matéria – lead, título, legenda, etc. Portanto devemos relevar uma análise mais aprofundada de pontos técnicos para nos aproximarmos da principal ideia da linha editorial da revista para que então se faça um jornalismo diferenciado.

Brasileiros provoca, desta maneira, uma leitura mais transversalizada do conteúdo jornalístico, já que aposta na aproximação entre jornalista e leitor. O relato jornalístico diário busca a aproximação das massas, sem um foco no específico. Ao contrário da narrativa, aspecto mais valorizado nas páginas dessa revista, que busca a experiência, a transmissão da experiência vivida. Essa característica dimensiona certa extensão utilitária da narrativa

A revista *Brasileiros* evidencia que, aparentemente, pode-se romper com a com a ideia do jornalismo arvorado em aspectos de isenção, imparcialidade, sem marcas discursivas delineadas e proporciona uma nova forma de enxergar a narrativa pessoal como constituinte do discurso jornalístico.

Claro que há uma grande dificuldade em todo esse processo de produção jornalística diariamente, principalmente pela pressão do mercado jornalístico e do consumo imediato da maior parte dos dados, especialmente nos novos meios de comunicação. Em se tratando de uma revista de reportagens, já se pressupõe ter um enfoque diferente das demais, com mais tempo de elaboração e trabalho textual.

A reportagem pode ser vista como um trabalho etnográfico, já que entre outras características, é feita com tempo e pressão diferente do jornalismo diário prescindindo de uma visita a campo e constituição de vozes diferenciadas. Esse é um ponto que difere muito a *Brasileiros* das demais publicações jornalísticas atuais. E talvez essa característica seja a que possibilite essa diferenciação.



Podemos dizer, então, que a revista **Brasileiros** nos traz uma nova perspectiva para um jornalismo atual, muito calcado em um modelo engessado e dependente de técnicas que dão fórmulas de produção. A revista, portanto, tem capacidade de romper com a ideia de um jornalismo direto, imparcial, sem impressões, sem análises.

Referências bibliográficas

CAMPOS, Pedro Celso. **Gêneros do jornalismo e técnicas de entrevista**. 2009. Disponível em < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/10952/10422> > acesso em 26 de fevereiro de 2013.

GOULART, Alexander. **Uma lupa sobre o jornalismo de revista**. Observatório da imprensa, 2006. < <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=388DAC001> > Acesso em 26 de fevereiro de 2013.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2001.

RESENDE, Geovanna Argenta de Bastos. **Jornalismo Literário: uma análise da revista Brasileiros**. 2010. Disponível em < <http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/Jornalismo%20literario%20uma%20analise%20da%20revista%20Brasileiros.pdf> > acesso em 27 de fevereiro de 2013.

REVISTA BRASILEIROS. Brasileiros Editora. Número 66, 2013

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003. 112 p.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news**. USA: Basic Books, 1978. 223p.