

Proa: uma revista de jornalismo literário¹

Débora DALLA POZZA²

Marlon DIAS³

Iuri MÜLLER⁴

Kamila BAIDEK⁵

Olívia BRESSAN⁶

Ronei da CRUZ⁷

Gabriela MORAES⁸

Dairan PAUL⁹

Paulo Roberto ARAUJO¹⁰

Viviane BORELLI¹¹

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A *proa* é uma revista de jornalismo literário produzida por alunos de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, resultado das disciplinas de Jornalismo Literário e Produção Gráfica. No presente trabalho, pretendemos mostrar o processo de concepção e realização dessa revista, desde o início de sua idealização, produção e finalização. O produto impresso é desenvolvido com o trabalho de alunos que realizam todas as etapas de produção jornalística: pauta, apuração, texto, edição, revisão, diagramação, além de elaboração de projeto gráfico e editorial. Entende-se, no contexto deste trabalho, que o jornalismo literário é uma alternativa às matérias engessadas e superficiais vistas comumente nos jornais, pois foge das amarras burocráticas do *lead*, dando uma visão mais ampla da realidade.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo literário; Revista; Jornalismo; Literatura.

1. INTRODUÇÃO

Com a ideia de se estabelecer um espaço para publicação e divulgação de textos no estilo jornalismo literário, produzidos por alunos de Comunicação Social – Jornalismo da

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista-laboratório impressa (avulso/ conjunto ou série).

² Aluna líder do grupo, recém-graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: debora.dpozza@gmail.com.

³ Recém-graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: marlon.smdias@gmail.com.

⁴ Recém-graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: iuri.muller@gmail.com.

⁵ Recém-graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: kamilabaidek@gmail.com.

⁶ Estudante do 8º. Semestre de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: oliviascarpari@gmail.com.

⁷ Estudante do 7º Semestre de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: roneidacruz@gmail.com.

⁸ Recém-graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e-mail: gabrielabelnhak@gmail.com.

⁹ Estudante do 7º Semestre de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: dairanpaul@gmail.com.

¹⁰ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Ciências da Comunicação e do curso de Jornalismo da UFSM, e-mail: pauloroberto@terra.com.br.

¹¹ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do curso de Jornalismo da UFSM, e-mail: viviborelli10@gmail.com.

UFSM, concebeu-se a revista *proa*. Idealizada no final de 2010 como um resultado das disciplinas de Jornalismo Literário e Produção Gráfica, a revista foi lançada em sua edição zero (em caráter experimental), em dezembro de 2011, e em sua primeira edição, em dezembro de 2012.

A disciplina optativa de Jornalismo Literário, ofertada desde 2006 no curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, trabalha com os alunos as teorias que norteiam seu estudo, bem como promove o exercício prático da apuração jornalística e da escrita de textos no estilo literário. Os anos de realização da disciplina renderam diversas reportagens e perfis com conteúdos bem trabalhados e escritas originais. No entanto, alguns alunos que participaram da disciplina sentiram falta de um espaço para divulgar essas produções, não apenas no curso de Comunicação Social da UFSM, mas em toda a comunidade santa-mariense e em círculos de leitores de fora da cidade que apreciam o estilo em questão. Ademais, também era interessante promover o jornalismo literário como uma maneira diferente de pensar e atuar no jornalismo para os demais acadêmicos da graduação.

Considerando essas demandas, um grupo de alunos do curso pensou na criação de um produto impresso durante a disciplina de Produção Gráfica, que compõe a grade curricular do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM como matéria obrigatória. Como trabalho final da disciplina, os alunos precisavam criar uma peça gráfica impressa – revista, jornal, panfleto, catálogo, jornal-mural, etc. –, na qual aplicassem os conceitos de produção gráfica estudados durante o semestre. Como alguns dos integrantes do grupo também estavam cursando a disciplina de Jornalismo Literário, optou-se por realizar o projeto de uma revista impressa (RIBEIRO, 1998, COLARO, 2000) que comportasse os textos literários produzidos durante o semestre.

A revista *proa* surge como um periódico diferenciado dos demais produzidos no âmbito da UFSM, com textos em que o jornalismo se entrelaça com mais força à literatura, trazendo histórias que, em jornais diários, seriam abordadas em apenas uma nota ou uma notícia sem grandes detalhamentos. Muitas são as discussões acerca da convergência entre literatura e jornalismo. Utilizar técnicas da literatura de ficção em um relato factual é jornalismo ou literatura?

Para Felipe Pena (2006), trabalhar com o jornalismo literário significa

potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade,

exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do lide, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos (PENA, 2006, p. 13).

Marcelo Bulhões (2007) reflete sobre o entrelaçamento entre jornalismo e literatura e aproveita um questionamento comum para trazer uma proposta que enriquece o debate: “o fluxo da influência parte da literatura em direção ao jornalismo ou em sentido contrário? Aliás, o melhor a fazer nesse caso é apostar que alguma riqueza reside mesmo nessa indefinição” (BULHÕES, 2007, p. 47).

A revista *proa* foi pensada para ter periodicidade anual, sendo produzida no primeiro semestre, com previsão para ser impressa no segundo semestre de cada ano, com aproximadamente quarenta e oito páginas. Optou-se pelo uso do preto e branco em toda a composição interior do produto visando uma estética limpa e suave, que estabeleça relações de contraste e valorização dos espaços em branco. Apenas a capa e a contracapa são coloridas. Os textos principais da revista são as reportagens, dentro da editoria “Rotas”, e os perfis, na editoria “A Bordo”.

2. OBJETIVO

Como já dito, o objetivo principal da revista *proa* é divulgar as produções em jornalismo literário elaboradas por acadêmicos de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM. Consequentemente, outro objetivo ao qual a produção de propõe é o de estimular o exercício jornalístico para temas mais abrangentes e complexos, oportunizando aos acadêmicos de Jornalismo a prática laboratorial e experimental além da sala de aula. Além disso, objetivamos produzir uma publicação que possa ser levada para além da UFSM, mostrando as produções dos acadêmicos de Jornalismo voltadas para temas universais.

3. JUSTIFICATIVA

Todo o ano, os alunos que cursavam a disciplina de Jornalismo Literário na UFSM dedicavam um semestre da graduação para a apuração, discussão e elaboração de uma pauta para uma grande reportagem e para um perfil literário. Ao final da disciplina, não havia um meio de divulgação para o que era produzido, que acabava restrito aos colegas de turma e ao professor que ministra a disciplina. A fim de divulgar as publicações internas da disciplina e do curso, surgiu a iniciativa de criar uma revista que oportunize aos futuros

jornalistas o convívio com pautas que demandam apuração e elaboração textual mais trabalhada.

Ademais, este projeto encontra uma justificativa na análise que se faz dos periódicos da imprensa tradicional, que trabalham pautas costumeiras, com olhos viciados, personagens sem rosto ou sentimento. A revista *proa* nasce para tentar suprir uma necessidade dos leitores por histórias mais envolventes, com reportagens que apresentam personagens mais próximos ao leitor, criando, assim, uma preocupação com a experiência do outro, ou seja, uma “empatia” (VILAS BOAS, 2003, p. 14).

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como já dito, o produto começou a ser pensado por um grupo de alunos durante a disciplina de Produção Gráfica. Após a apresentação dos projetos editorial e gráfico e de um boneco da revista, a estrutura foi alterada e adequada às necessidades de impressão e publicação ao longo de 2011, para a edição zero, e novamente revisada e repensada para a primeira edição, de dezembro de 2012.

Como os textos produzidos na matéria de Jornalismo Literário eram longos, pensou-se primeiro em outras pequenas editorias que pudessem amenizar a leitura e quebrar a estrutura de reportagens. Surgiram, assim, as demais editorias da revista, com espaço para entrevista, crônica, resenha literária, sugestões culturais e ensaios fotográficos.

O próximo passo era definir o público. Tínhamos como proposta fazer uma revista direcionada a pessoas interessadas em literatura, jornalismo, arte, fotografia e cultura. Possivelmente pessoas dos cursos de ciências humanas e sociais, de artes e letras – tanto da UFSM como de outras instituições – que apreciem dedicar um pouco mais de tempo para a leitura de uma revista e que conheçam já outras publicações com uma linha editorial similar. Além disso, pessoas fora do ambiente acadêmico, que costumam consumir esse tipo de publicação. Para tanto, aplicamos um questionário em locais considerados por nós estratégicos, onde nosso público-alvo circularia. O questionário indagava aos pesquisados desde o tipo de publicação cultural e/ou literária que eles consumiam até o estilo gráfico e o conteúdo jornalístico que mais os agradava.

Pensado a partir dessas pesquisas de opinião aplicadas e de outras publicações em Jornalismo Cultural e Literário, o projeto gráfico da revista *proa* visa conciliar o grande tamanho das publicações nessa área em um produto que não se torne cansativo ao leitor. Como seriam inevitáveis as páginas com um bloco grande de texto, pensamos em

alternativas que tornassem a leitura agradável, usando os quatro princípios do design – proximidade, contraste, repetição e alinhamento (WILLIAMS, 2009).

Precisávamos ainda de um nome para a publicação. Num *brainstorming*, surge o nome *proa*. O título escolhido para a revista foi baseado numa rede de metáforas relacionadas à viagem. Muitas vezes, a leitura é representada por uma viagem, um percurso por outras realidades sem sair do lugar. A imagem do navio, apesar de distante da realidade de nossa região – com um proposital afastamento –, está no imaginário das pessoas através das navegações. Ler também é navegar, e como escreveu Jorge de Lima, “Há sempre um copo de mar para um homem navegar”¹², ao interpretar um livro, ou uma revista, como uma porção de mar navegável, ao alcance mesmo daqueles que se encontram longe de qualquer costa.

A palavra “proa” remete à parte dianteira do navio, a qual se destaca antes das demais. Além disso, devido a vogais fortes, o termo tem sonoridade e é facilmente memorizado.

A estrutura editorial reflete essa viagem, seguindo a rede de metáforas marítimas. O sumário é chamado de “Bússola”, “Tripulação” é o expediente e o editorial vem com o nome de “Embarque”. “Leme”, parte que direciona as embarcações, traz ao leitor uma entrevista. “Escotilha” apresenta uma crônica e remete às pequenas janelas dos navios por onde os cronistas dos séculos passados olhavam a imensidão lá fora e escreviam seus relatos.

A editoria de maior destaque é intitulada “Rotas” e comporta as reportagens literárias, com temas variados, escolhidos de acordo com a orientação em sala de aula durante a disciplina de Jornalismo Literário. Assim como os passageiros estão a bordo, os perfilados entrariam na editoria “A bordo”, fazendo parte da viagem. “À deriva” é a editoria que traz o que flutua ao redor do grande navio: charges, quadrinhos, ilustrações e fotografias; sendo a editoria que se intercala entre as editorias que apresentam grandes blocos de texto. “Um copo de mar... para um homem navegar”, com inspiração na frase de Jorge de Lima, apresenta resenhas sobre duas obras literárias.. Na editoria “Resgate” se trará à tona o que em outras viagens ficou esquecido: um local ou uma história que está longe da memória do público. Por fim, o “Desembarque” não deixa o leitor sem rumo: apresenta um ou dois pequenos relatos literários sobre algum local que serve como um “porto” de chegada.

¹² O verso está presente no livro *Invenção de Orfeu*, do poeta alagoano Jorge de Lima, de 1952, relançado pela editora Record em 2005.

Depois de já termos em mente como seria a revista, definindo seu projeto gráfico e editorial, passamos para a escolha do material que a integraria, com a definição das matérias, reportagem central e capa, textos, resenhas e ensaios fotográficos.

Por fim, foram feitas as divisões de páginas, revisões, diagramação e revisão final, para que a revista pudesse entrar na gráfica da UFSM.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A revista tem 48 páginas, com tiragem de 500 exemplares e periodicidade anual. O formato da publicação é de 33 x 27 centímetros. As matérias são dispostas em uma, duas ou três colunas, de acordo com o desenho das páginas que é feito anteriormente à diagramação, e o tamanho das margens (externa e superior de 3 cm e interna e inferior de 2 cm) valoriza o espaço em branco e auxilia na conjunto harmônico junto ao texto e à fotografia/ilustração.

O uso das margens e das colunas é uma forma de organizar os elementos das páginas, seguindo os princípios do alinhamento e da proximidade, propostos por Williams (2009). Segundo essa autora, nada pode ser jogado em uma página, sem seguir um ordenamento, manter uma ligação visual ou constituir uma unidade. Quando delimitamos os lugares dos elementos, os ordenamos, os alinhamos e os agrupamos de acordo com as suas relações, proporcionamos uma aparência organizada ao leitor.

Os outros dois princípios do design idealizados por Williams (2009) são os de contraste e repetição. O primeiro dita que elementos diferentes devem ser utilizados para chamar atenção daqueles que merecem mais destaque. Tal recurso é notado no uso de diferentes fontes para os títulos das matérias, personalizado de acordo com o tema abordado em cada (em algumas matérias, são utilizadas duas fontes distintas para um título apenas). Já o segundo propõe que existam também elementos repetidos, para estabelecer relação de identidade com o leitor. O título da revista segue sempre a mesma configuração, escrito com letras minúsculas e com a mesma fonte (o que pode ser visto na capa e ao lado do número das páginas da revista). Ademais, a fonte do título da revista é a mesma aplicada nos títulos das editoriais. Isso torna fácil a identificação do que cada elemento significa, já que é uma forma que se repete em toda a diagramação do produto.

A fonte escolhida para o corpo do texto foi Garamond, serifada no estilo antigo. Essa categoria de tipos é preferencial para textos longos, por constituir uma leitura de estética clara e direta, cujos tipos aparentam ideia de continuidade. Já as eleitas para os títulos,

como já dito, foram escolhidas pelos diagramadores de acordo com a temática da matéria e com o efeito estético que os mesmos julgaram mais adequados ao texto.

Capa e contracapa diferem propositalmente do miolo da revista, quanto às cores e ao papel utilizado. O uso do preto e branco em toda a composição interior do produto visa uma estética limpa e suave, que estabelece relações de contraste com a capa colorida e composta somente por fotografia. O papel utilizado é o *couché* fosco, 120g para o miolo, 180g para a capa. A imagem da capa e contracapa “conversam”, fazendo referência ao tema da matéria central da revista que, nesta primeira edição, consiste em um perfil de um entregador de jornais. Optamos por não colocar chamadas na capa, deixando que a imagem despertasse a curiosidade do público leitor.

Para melhor detalharmos o conteúdo da revista, realizaremos aqui uma breve descrição da sua primeira edição, mostrando, página a página, o que a compõe.

A capa é composta basicamente pela fotografia de um entregador de jornais junto a uma pilha periódicos. Já a contracapa traz uma imagem dos jornais empilhados, em plano detalhe. Como já mencionado, ambas as figuras são relacionadas à matéria central da revista, o perfil de um jornalista intitulado “Uma manchete para Chico Mineiro”.

O primeiro texto está na editoria “Embarque” (p. 2), com um editorial escrito pelos professores orientadores do trabalho. Depois, temos o “Leme” (p. 3), com uma entrevista com uma professora de Letras da UFSM sobre a obra do escritor Autran Dourado. A revista é composta por quatro “Rotas”, ou seja, três reportagens: “O mar era o trilho” descreve um passeio turístico pela serra gaúcha e remonta a história da imigração italiana da região (p.12); “A triste história de Floravante Evangelista à espera de seu lar” conta a história real do homem que perdeu sua casa num misterioso incêndio (p.32) e “Samba! Samba! Samba!” conta a experiência da repórter em dois bares de Santa Maria que preservam as raízes do samba (p.37). Os perfis literários também são três: um entregador de cartas chamado Totonho em “Carteiro!” (p.7), um sucateiro em “Memórias do ferro-velho” (p.18) e um entregador de jornais em “Uma manchete para Chico Mineiro”, matéria central da revista. Ressaltamos que ao lado do nome das editorias “Rotas” e “A Bordo” há uma pequena frase, que identifica o assunto tratado na reportagem e no perfil.

A editoria “À Deriva” surge como um espaço de respiro na revista, entre as grandes reportagens com seus blocos de textos. Há um breve texto introdutório no início do ensaio fotográfico (p.22), que mostra o que sobrevive de antigo nas ruas de duas cidades: Santa Maria e Pelotas, ambas no Rio Grande do Sul.

Ainda compõem a revista as editorias “Escotilha” (p.36), com uma crônica sobre o cotidiano de quem vive no pampa gaúcho; “Resgate” (p.42), que resgata a história das livrarias de um conhecido livreiro da cidade de Santa Maria; “Um copo de mar...para um homem navegar” (p.44), com duas resenhas sobre os livros “Caminhando no gelo”, de Werner Herzog, e “Caminhando na chuva”, de Charles Kiefer; e “Desembarque”, com a sugestão de dois locais: uma livraria em Londres e um café em Buenos Aires.

6. CONSIDERAÇÕES

O desafio de fazer uma publicação diferente das já existentes dentro do curso motivou um grupo de acadêmicos, que buscavam realizar o projeto de uma revista que fosse além do *lead* convencional. Uma revista que trouxesse ao leitor uma história curiosa, como a do homem que teve sua casa destruída por um misterioso incêndio e precisou voltar a viver na casa da ex-mulher que mal falava com ele, ou então apresentar um tema que possui bastante cobertura da imprensa, o ritmo do samba, pelo viés de um observador participante. As técnicas da literatura de ficção auxiliaram o fazer jornalístico, dando mais vivacidade ao texto, transportando os leitores para o trem que leva os passageiros pela história da imigração italiana ou para um ferro-velho adormecido por tristes lembranças.

A partir do trabalho desenvolvido na produção da revista, os acadêmicos puderam refletir sobre a prática jornalística, sobre a postura do jornalista diante de uma pauta de profundidade, diante da responsabilidade de contar a história de um personagem real, despindo-se de todos os preconceitos e juízos de valor, humanizando o relato. A proposta foi bem aceita pela coordenação do curso e a viabilização da revista foi possível.

Enfim, a revista *proa* busca unir e organizar as informações desconexas com o auxílio da literatura, apresentando um material consistente. Ademais, mostrou aos acadêmicos que é preciso fugir, quando possível, da objetividade do jornalismo, rompendo as amarras do *lead* e assegurando seu espaço no mercado através do compromisso ético e da qualidade textual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BULHÕES, Marcelo Magalhães. **Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo, SP: Ática, 2007.

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário**. São Paulo: Contexto, 2006.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. Brasília: Linha Gráfica, 1998.

VILAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo, SP: Summus, 2003.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 2009.