



Doces momentos de tradição¹

Patrícia Schiaveto²

Barbara Ratto, Marina Beltrame, Nathália Fuzaro, Renata Di Giaimo³

José Carlos Marques⁴

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP.

Resumo

O trabalho que segue foi realizado para a disciplina de Edição de Jornalismo Empresarial, do sétimo semestre do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, na qual os alunos tinham que produzir veículos de comunicação para empresas. A reportagem deste trabalho foi produzida para uma revista customizada da Kopenhagen, portanto dirigida a um público de classe sócio-econômica elevada. Na época, a empresa completava 80 anos, e este foi o gancho para a reportagem, que descreveu a história da Kopenhagen por meio de seus antigos donos - fontes oficiais. A reportagem narra a trajetória da empresa, contando a história dos fundadores, os motivos de terem vindo ao Brasil e aberto a pequena fábrica de chocolates, que hoje é uma das mais renomadas no país.

Palavras-chave

Kopenhagen; 80 anos; história; tradição; sucesso.

Corpo do trabalho

1. Introdução

Para a obtenção de nota parcial da disciplina Edição de Jornalismo Empresarial, do sétimo semestre do curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, os alunos deveriam, em grupo, elaborar veículos de comunicação para uma empresa. A opção foi pela Kopenhagen, empresa que limitou condições para produção das matérias: atingir o público da empresa (homens e mulheres entre 15 e 75 anos, de classes sócios-

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Interpretativo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: patyschiaveto@gmail.com.

³ Alunas do 8º semestre do curso de Jornalismo do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie: babi_40@hotmail.com, marina.beltrame@gmail.com, nathi_fuzaro@hotmail.com, re_digaiimo@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie, e-mail: zeca.marques@mackenzie.br



econômicas A e B); adotar pautas que tivessem critério de relevância e ineditismo, mesmo que para isso fosse preciso fugir do tradicionalismo de matérias jornalísticas – lead e pirâmide invertida; e enquadrar a pauta em alguma das editorias pré-determinadas.

Neste caso, a matéria “Doces momentos de tradição”, não estava prevista no projeto inicial da revista, já que se optou por criar a revista para a Kopenhagen, sem mencionar o nome da empresa. A intenção era criar as matérias com maior liberdade editorial, sem submeter as pautas aos assuntos relacionados à Kopenhagen. A regra era atender a esse público com assuntos variados, sem comprometer o conteúdo editorial com temas de chocolate, por exemplo. No entanto, os 80 anos da empresa, que tem reconhecimento no mercado, não poderia deixar de ser tratado. Por isso, adotou-se como editoria/retranca o nome de “Especial”, que não é fixa. Essa editoria foi a solução encontrada para encaixar a matéria no contexto proposto pelo grupo para revista.

2. Objetivo

A reportagem cumpre uma função essencial dentro da revista: aproximar o leitor da Kopenhagen através de sua história. O diferencial da matéria consiste em relatar a história de sucesso da empresa por meio de quem mais entende dela: seus fundadores. Também pretende elucidar a tradição e as principais curiosidades da companhia. Na forma de um relato, a reportagem trilha o perfil da Kopenhagen, desde 1928, quando foi inaugurada a primeira loja, e conta passo-a-passo a trajetória da empresa até tornar-se referência em chocolate, no Brasil.

Quem dá voz à reportagem é a filha do fundador da empresa, Silvia Kopenhagen. Ela narra a história da família, desde a vinda ao Brasil, até o sucesso da marca. Participa ativamente da reportagem, o marido de Silvia, Jaque Goldfinger. Ele foi durante muito tempo o coordenador geral da empresa e criador de muitos produtos da empresa. Com a presença destes entrevistados a matéria ganha credibilidade e consegue atender à expectativa, contar a história da companhia sob a perspectiva de quem mais tem a dizer sobre o assunto.

3. Justificativa



Apesar de a matéria não ter sido uma ideia inicial nas editoriais/retrancas, justifica-se sua presença na revista pelo gancho encontrado, que são os 80 anos da Kopenhagen no país. Com tal acontecimento, a revista não poderia omitir a data, mesmo que não tenha a intenção de ser um veículo tendencioso. A opção foi então por uma editoria, que não existiria num primeiro momento, mas que passou a integrar as retrancas, por um motivo momentâneo. No entanto, a editoria “Especial” é flexível, portanto não é fixa. E, deve aparecer na edições da revista quando houver um gancho que demande uma matéria exclusiva que faça menção a empresa.

4. Métodos e técnicas utilizados

Para realizar a reportagem e atender aos objetivos iniciais, só foram utilizadas informações coletadas pelo próprio grupo, em entrevistas, apurações e pesquisas em campo. O grupo utilizou como base principal, a entrevista com o genro e a filha dos fundadores da Kopenhagen. Silvia Kopenhagen e Jaque Goldfinger, em entrevista exclusiva, contaram toda a história que os precedeu na diretoria da empresa.

Além disso, um livro comemorativo de 80 anos da empresa e informações levantadas por releases da assessoria de imprensa da Kopenhagen foram amplamente utilizados. Visitas às lojas Kopenhagen e aos locais onde foram instaladas as primeiras lojas (hoje desativadas) também aconteceram. Durante a entrevista de fôlego com o casal Kopenhagen, foram mostradas fotos pessoais da época em que a empresa foi fundada.

Com isso, pode-se entender melhor o perfil dos entrevistados e da empresa homenageada. Coletadas as informações, o texto ganhou um formato que foge do padrão das matérias convencionais de lead e pirâmide invertida. Segue uma linha de perfil, que narra uma trajetória de sucesso, por meio da própria história.

5. Descrição do produto ou processo

O resultado foi uma reportagem de aproximadamente, 15.000 caracteres, diagramada em seis laudas, com fotos históricas e ilustrativas da trajetória da empresa, dos produtos mais tradicionais, e de apetrechos que fazem parte do caminho da marca. A matéria tem



caráter de perfil por conter apenas fontes ligadas diretamente à Copenhagen e não pretender fazer um panorama das empresas de sucesso no ramo do chocolate. O intuito é traçar o caminho percorrido pela marca, destacando o aniversário de 80 anos.

A tradição da empresa como modelo no mercado de chocolates diferenciados, é um tópico bem desenvolvido, tendo em vista que é o diferencial da companhia, e por consequência, da revista. A reportagem foi desenvolvida com base nas informações coletadas com a assessoria de imprensa e entrevistas. Por ter o intuito de aproximar o leitor à história da Copenhagen, as principais curiosidades e personalidades foram apresentadas para levar o leitor ao cenário em que a marca está inserida.

O texto foi escrito de modo simples, porém, elegante, para que o leitor se sentisse ouvindo a história diretamente dos responsáveis por ela. Depois de escrito, o texto foi revisado pelo professor orientador, cujas observações foram acatadas e corrigidas. Só então, com o layout da diagramação pronto, é que a reportagem foi editada de acordo com o espaço disponível. Por ser um especial, obteve maior destaque e espaço na revista.

Quanto às fotografias, grande parte foi tirada pela própria repórter e as demais, provenientes de divulgação, fornecidas por meio da assessoria de imprensa. Por ser uma reportagem especial, conta com muitas ilustrações e uma diagramação que remete à marca. Pequenos detalhes na página, os produtos tradicionais e o estilo mostram a cara da Copenhagen, abusando da identidade. A intenção é que se saiba de quem se está falando pelo clima que a matéria proporciona.

6. Considerações

Realizar uma reportagem contando a história de uma corporação de sucesso é um privilégio, contudo, gera muito trabalho. A apuração para que a matéria saia a contento deve ser feita com muito afinco, para que nenhum detalhe importante se perca. As fontes utilizadas, neste caso, também devem ser muito próximas à realidade da empresa. Neste aspecto, essa reportagem atende a todos os quesitos. Traça uma narrativa que delinea o perfil da empresa, dos familiares, e da marca, além de contar curiosidades



sobre os produtos tradicionais da Kopenhagen. Certos detalhes só puderam ser expostos graças à profundidade das entrevistas e disposição dos entrevistados.

Em resumo, a matéria que pretende aproximar o leitor da empresa por meio dos relatos e de sua história, consegue entreter e atrair a atenção para uma viagem ao mundo tradicional e doce da Kopenhagen.