



REVISTA BRIEFING SOCIAL¹

Amauri Jarbas LÍRIO²

Daniela Bresolin ZANCAN³

Laira Lahr SILVA⁴

Marcio Granez⁵

Universidade Regional do Noroeste do Estado Rio Grande do Sul, Ijuí, RS

RESUMO

A Revista Briefing Social foi desenvolvida para explorar um nicho existente no mercado local, é uma revista de variedades que procura focar com eficiência os assuntos pertinentes à população da cidade de Santo Ângelo, sendo este seu principal público alvo. A publicação almeja competir no mercado local buscando ser mais moderna do que as existentes, tanto em seu conteúdo quanto em seu *layout*, explorando sempre uma característica que todos os meios tentam copiar mas dificilmente conseguem: a intimidade, a proximidade com o leitor. A revista foi desenvolvida no segundo semestre letivo de 2008, na disciplina Projeto Experimental, com a orientação do professor Marcio Granez.

PALAVRAS-CHAVE: revista; impresso; jornalismo especializado.

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação são fontes de poder e fazem parte das discussões sociais, por isso a comunicação tem importância fundamental em nosso cotidiano. A mídia tem como função transmitir conhecimentos, proporcionar lazer, informando as pessoas sobre tudo o que está acontecendo ou acontece no mundo.

As informações chegam ao público por diferentes meios: a televisão, o rádio e a internet são ótimos exemplos da instantaneidade que alcançamos na mídia. Mas sabemos que, historicamente o que está impresso tem um valor muito grande e inspira credibilidade, mesmo na era digital.

É importante destacar que os meios de comunicação não são apenas algo que nos mostra notícias e discussões sociais, mais que isso, eles conseguem

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Revista customizada (avulso), modalidade Áreas Emergentes e Produção Transdisciplinar em Comunicação.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo da UNIJUÍ, email: amaurilirio@hotmail.com.

³ Estudante do 7º Semestre do Curso do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo da UNIJUÍ, email: danizancan@hotmail.com.



⁴ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação Publicidade e Propaganda da UNIJUI, email: lairalahr@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo da UNIJUI, email: granez@unijui.edu.br.

influenciar as pessoas transpondo-as para algo que se fazia presente, muitas vezes, apenas em seus desejos e sonhos. Uma revista, por exemplo, pode trazer a constante promessa de prazer e felicidade, de manter-se conectada ao todo do meio social, administrando a felicidade e as necessidades que supostamente satisfazem os seus leitores.

De acordo com uma perspectiva histórica, a primeira função da revista era o entretenimento, bem como a de abordar questões educacionais; porém, com o passar dos anos sentiu-se a necessidade de incorporar ao meio, também, a função de informar e veicular notícias.

Hoje, as revistas são mais um produto de nossa indústria cultural e com isso podem ser um elemento importante na construção da identidade de nossa sociedade. Partindo deste ponto de vista, e com o propósito de aprofundar nossos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, que criarmos um novo veículo de comunicação - uma revista – com o objetivo de instituir um novo conceito de mídia em nossa região.

Enfim, o projeto da revista BS buscou produzir uma revista que aborde diversos assuntos, como cultura, moda, entretenimento e sociedade, tendo como público alvo as classes média e alta de Santo Ângelo e região. E é este público que vai está presente na grande maioria das matérias que pautam a edição da revista.

2. OBJETIVOS

Produzir uma revista que aborde diversos assuntos como cultura, moda, entretenimento e sociedade, e tem como público alvo as classes média e alta de Santo Ângelo e Região.

Buscamos atingir um grupo seletivo de leitores, que prima pela valorização da qualidade dos textos e também pela qualidade gráfica do material. Este público está presente na grande maioria das matérias que pautam as edições da revista.

Procuramos produzir um novo tipo de revista, mais moderna do que as existentes, tanto em seu conteúdo quanto em seu *layout*, competindo em nível local.



3. JUSTIFICATIVA

A publicação é voltada para um público formado pela classe média e alta e composta por diversos assuntos (cultura, entretenimento, moda e sociedade são exemplos das editorias), que atendem aos anseios e expectativas desse público, exigente quanto ao conteúdo, buscando harmonizá-lo com os interesses de nossos anunciantes. Temos consciência de que existem revistas com este foco em nossa região, porém queremos inovar, surpreendendo pela qualidade de conteúdo e visual, pois assim conseguiremos nos destacar das demais publicações deste gênero na Região Noroeste do Estado, tornando-se desta forma uma referência para quem deseja publicar uma nova revista.

Na cidade de Santo Ângelo, normalmente os jornais impressos produzem revistas em ocasiões especiais, sem planejamento, com o mesmo *layout* e sem uma frequência regular. Todas as publicações feitas até hoje possuem o mesmo formato, quase que totalmente baseado no colunismo social, e com conteúdo pouco relevante para o público que consome estes periódicos. Muitas vezes podem-se observar revistas que não possuem nenhuma orientação por parte de um profissional da área da comunicação e, por isso, não possuem foco e direcionamento, tampouco direcionamento de público adequado.

Entendemos que a participação de colunistas em qualquer revista é imprescindível, porém sempre se preocupando com o conteúdo. Algumas editorias poderão ter a participação de colunistas, especialistas no assunto, para transmitir credibilidade e comprometimento aos nossos leitores.

Revistas que possuem um público alvo bem definido sempre têm espaço no mercado, podemos citar o exemplo das diferentes publicações da Editora Abril dirigidas para o público feminino de diferentes idades. A Revista Capricho é destinada a pré-adolescentes e adolescentes, com matérias que abordam seu cotidiano, moda e entretenimento. A Revista Gloss é dirigida para jovens que então iniciando no mercado de trabalho, sempre apresentando dicas deste tema, relacionamentos e comportamento. A Revista Cláudia é direcionada às mulheres que já estão inseridas no mercado de trabalho e têm uma família e casa para administrar, sendo estes os temas mais recorrentes na revista. Já a Revista Nova destina-se a mulheres maduras e que já conquistaram seu espaço, sem falar nas revistas semanais que trazem notícias e informações de tudo aquilo que está acontecendo no mundo.



As publicações especializadas vêm conquistando um espaço muito grande tanto no mercado mundial como no nacional, pois podem dedicar mais espaço a temas relevantes para seu público alvo, com matérias de mais fôlego, que podem se aprofundar mais em seus assuntos de interesse.

Nosso objetivo principal foi criar uma revista com um *design* moderno, arrojado e bonito, repleta de matérias interessantes e de qualidade, além de uma quantidade de exemplares suficientes para dar boa visibilidade na região. É claro que a revista também terá um foco social, pois como a publicação deverá ter uma circulação maior em Santo Ângelo, não poderíamos deixar de lado a sociedade, que é extremamente valorizada na Capital das Missões.

Contando com esse destaque que a cidade de Santo Ângelo possui no universo social conseguimos despertar um grande interesse nas empresas e profissionais liberais que tornaram o nosso projeto viável financeiramente com a publicação de anúncios na referida revista.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O embasamento teórico realizou-se com base em uma pesquisa bibliográfica a respeito do tema, no sentido de encontrar nas publicações existentes abordagem sobre a criação e produção de revistas, relacionando poder e influência da mídia.

As notícias chegam ao público por diferentes meios: a televisão, o rádio e a internet são ótimos exemplos da instantaneidade que alcançamos na mídia. Mas sabemos que historicamente o que está escrito e impresso têm um valor muito grande e inspira credibilidade, mesmo na era digital.

Quando ocorrem fatos que comovem a população, as revistas e jornais certamente lucram com isso, pois podem se aprofundar mais no assunto, confirmar o que realmente aconteceu. Mesmo que todos já tenham conhecimento do ocorrido e já tenham visto na televisão ou em outros meios instantâneos, sempre acabam recorrendo à palavra escrita para saber mais sobre o assunto.

O meio que abordamos, a revista, tem a seu favor uma característica que todos os meios tentam copiar, mas dificilmente conseguem: a intimidade, a proximidade com o leitor.

Na última década os jornais fizeram um nítido esforço para se tornarem cada vez mais parecidos com revistas – seja nos temas, na linguagem ou na divisão em cadernos. Entretanto, não tiveram o sucesso esperado com tal metamorfose, por uma simples questão de formato e de público. Os jornais descobriram, por exemplo, que precisavam falar para os jovens – e trataram de criar suplementos específicos para este tipo de público. No entanto, para ler o suplemento dedicado a ele, o jovem precisa comprar o jornal inteiro (SCALZO, 2004, p. 14).

Como afirma Marília Scalzo, a revista possui a grande vantagem de poder ser segmentada, dirigida a um determinado público e somente abranger assuntos da esfera deste público-alvo. A mídia dirigida é uma grande tendência no mundo atual, onde a rapidez e a agilidade na hora de se obter informações se tornou imprescindível. A revista é naturalmente, desde seus primórdios, dirigida, e de diferentes formas. Pode ser segmentada por gêneros (feminino e masculino), por idade (infantil, adolescente ou adulto), geográfica (país, cidade) ou por tema (SCALZO, 2004).

O público que esta publicação pretendeu atingir foi delimitado com base nas características culturais e econômicas da cidade de Santo Ângelo. A cidade demonstra no decorrer dos anos que realmente valoriza a convivência em sociedade e a cultura. Isto pode ser claramente percebido pelo desenvolvimento na área de entretenimento, pois empresas ligadas ao lazer cresceram muito nos últimos anos. Também meios de comunicação que souberam explorar com seriedade o lado cultural dos santo-angelenses tiveram seu espaço garantido no município.

De acordo com Pedrinho A. Guareschi: “No universo dos fetiches, os meios de comunicação aparecem como entidades presenteadas e possuidoras de autonomia, com suas próprias vontades e sua alma, como determinados epifenômenos que transcendem a sociedade em que eles estão inseridos” (GUARESCHI, 1987, p. 18).

Para podermos atingir com eficiência nosso público alvo buscamos sempre manter o foco dentro dos interesses deste público; sendo ele composto por pessoas de todas as idades, sempre teremos que contemplar as diferentes idades de nossos leitores, proporcionando seções apropriadas para cada uma delas. O público deve sempre ser bem delimitado, pois “sabe-se que quem quer cobrir tudo acaba não cobrindo nada e quem quer falar com todo mundo acaba não falando com ninguém” (SCALZO, 2004, p. 49).



Nós, comunicadores, debatemos muito a relação existente entre o entretenimento e o jornalismo, mas acabamos por não chegar a um consenso entre quais são seus pontos em comum e no que devem se diferir.

Recorrendo à história, o que se percebe é que o entretenimento (além da educação e do serviço) é uma das vocações mais evidentes do veículo revista, a partir de sua própria origem. Só depois do surgimento das revistas semanais de informação (isso já no século XX) é que elas incorporaram a função de informar e veicular notícias (SCALZO, 2004, p. 52).

Segundo a autora, há espaço no mercado tanto para publicações que se direcionem exclusivamente para informação ou à educação como para mídias dirigidas exclusivamente para o entretenimento. Sempre, é claro, que se respeitem os devidos limites, sem que uma invada o espaço da outra (SCALZO, 2004).

Um bom jornalista se mostra realmente na reportagem, que dá ao jornalista a chance de ir a fundo no assunto, bem como utilizar-se de vários recursos retóricos e gráficos, como fotografias, que tornam a matéria muito mais leve e interessante.

Todas as editorias da revista bem como a produção das publicidades foram feitas pelos autores do projeto – procurando aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo curso, porém imprimindo o estilo e as características inerentes de cada um.

Contamos com o auxílio do acadêmico do curso de Design da UNIJUÍ Cristian Daniel Siqueira, que ajudou na formatação do *layout*, ou seja, na arte-final, proporcionando-nos o suporte técnico necessário para a finalização do projeto.

Foram impressos 2.000 exemplares, que circularam na cidade de Santo Ângelo e Região Noroeste. Estes exemplares foram distribuídos – gratuitamente - no dia do lançamento oficial e na seqüência entre os patrocinadores, nas clínicas e consultórios médicos, de dentistas e psicólogos, bem como na recepção das principais empresas da cidade. Também foram distribuídos nos principais eventos da cidade e região. Enfim, a revista está em lugares onde há grande circulação de pessoas.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



A Revista divide-se em 11 editorias, sendo elas: Entrevista, Gastronomia, História, Cultura, Comportamento, Estilo, Viagem, Fotografia, Economia, Novas tecnologias e Sociais.

Na editoria Entrevista sempre buscamos pessoas formadoras de opinião e que tenham representatividade a nível cultural, social, econômico e político. Para a entrevista da primeira edição convidamos o recém reeleito Prefeito de Santo Ângelo, Eduardo Loureiro.

Em Gastronomia contamos com o auxílio de profissionais da área. A *chef* de cozinha, Chica Sperling, falou sobre a cozinha do Mediterrâneo e deu dicas de receitas. Já na editoria História, contamos um pouco da história da cidade de Santo Ângelo e região, salientando fatos pitorescos que fazem parte da trajetória dos municípios das Missões. Também trouxemos passagens históricas de nosso município contadas por pessoas que ainda vivem em nosso meio. A primeira edição fala sobre os anos dourados das salas de cinema no município, matéria na qual tivemos a satisfação de conhecer detalhes sobre a primeira sala de exibição da cidade, antes desconhecida.

Já o foco da seção Cultura, como o próprio nome diz, traz dicas e aspectos culturais que envolvam nossa região, porém abrindo espaço para o conhecimento cultural nacional e internacional. A primeira matéria foi sobre as reformas realizadas no Sítio Arqueológico em frente à histórica Catedral Angelopolitana. Partindo para a seção Comportamento, abordamos os problemas de se viver em sociedade. Iniciamos falando sobre a adolescência na visão das mães dos adolescentes.

Nas páginas destinadas à seção Estilo, abordamos cuidados com a aparência física, truques para mudar o visual e as novas tendências da moda. Contamos com o apoio de Bruna Bassani, designer e especialista em moda e comunicação, que sempre trará as últimas tendências no mundo *fashion* adaptadas à realidade missioneira. Na Viagem trazemos roteiros de viagens, lugares que merecem ser conhecidos, indicados por nossos leitores. E na primeira edição trazemos os mistérios do Egito.

A editoria denominada “Um olhar sobre Santo Ângelo” sempre será assinada por um fotógrafo local, profissional ou amador, mostrando imagens que revelam pontos turísticos e pitorescos da cidade e da região. O fotógrafo Fernando Gomes, vencedor de prêmios internacionais, nos impressiona com a sua percepção do mundo que o rodeia.



Em Economia tratamos sobre como a região está se portando em relação ao comércio, à indústria e aos serviços. Em Tecnologias contamos com a opinião de especialistas locais sobre as últimas tendências do mundo digital.

A última editoria evidencia as pessoas que acontecem e fazem acontecer em nossa sociedade, bem como divulgaremos os principais eventos que movimentam a região.

6 CONSIDERAÇÕES

Após o lançamento da revista observamos que houve uma boa aceitação, principalmente do público alvo do projeto. Com isso, entendemos que conseguimos desempenhar com sucesso a tarefa de conceber e de produzir uma revista com conteúdo estritamente local, ressaltando as belezas e riquezas de nossa região. Este sucesso se refletiu a através de um retorno positivo por parte daqueles que tiveram a oportunidade de ler a revista, bem como de nossos patrocinadores, que viabilizam financeiramente o nosso projeto.

Por isso tudo, com certeza o projeto merece uma continuidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação e poder**: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 13ª ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 88 p.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004. Coleção Comunicação. 112 p.