



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA . UniCEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS . FATECS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO
PROFESSOR ORIENTADOR: LUIZ CLÁUDIO FERREIRA
ÁREA: PRODUTO - REVISTA

REVISTA *ILIMITADA*

**Uma proposta de publicação com a tônica de
Í empreendedorismo sem limites**

Sarita González Fernandes

RA: 20807985

Professor orientador

Luiz Cláudio Ferreira

Brasília/DF, junho de 2011

Sarita González Fernandes

REVISTA *ILIMITADA*

Uma proposta de publicação com a tônica de Í empreendedorismo sem limitesÍ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília . UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: professor Luiz Cláudio Ferreira

Brasília/DF, junho de 2011

Sarita González Fernandes

REVISTA *ILIMITADA*

Uma proposta de publicação com a tônica de Í empreendedorismo sem limites

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do Centro Universitário de Brasília . UniCEUB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: professor Luiz Cláudio Ferreira

Banca Examinadora

Professor Luiz Cláudio Ferreira
Orientador

Professor Severino Francisco da Silva Filho
Examinador

Professor Bruno Nalon
Examinador

Brasília / DF, junho de 2011

Agradecimentos

Ao meu pai, mãe, irmã e irmão pelo apoio para migrar do curso de Relações Internacionais para o de Jornalismo e pelo respeito, incentivo e compreensão comigo e com meu trabalho ao longo de todo o curso. Obrigada pela força.

Ao meu namorado, Klaus Rainer, pelo amor e carinho de sempre, e por segurar na minha mão toda vez que sinto medo para enfrentar os desafios da vida.

À Larissa Alberti, minha amiga, confidente e parceira de projeto, por ter mergulhado comigo nesta revista e ter acreditado em minha capacidade.

Ao Luiz Cláudio Ferreira, meu querido professor, orientador e grande inspiração para o jornalismo, que desde sempre acreditou em meu potencial e me mostrou que sou capaz de me tornar uma grande profissional.

Àquele que me desafia a dar o melhor de mim mesma na profissão, o eterno mestre, principal conselheiro e grande amigo, Paulo Paniago, que mudou meu olhar sobre o mundo e fez com que eu me apaixonasse pela literatura, pelo jornalismo e pela vida.

A todos os meus colegas de trabalho, pelo aprendizado e apoio diário. Em especial, ao meu chefe, Arnaldo Monteiro Júnior, por ter me dado a chance de mostrar meu trabalho ainda tão jovem e inexperiente; e à repórter e amiga, Cristiane Bonfanti, pelos ensinamentos, e por me fazer amar cada vez mais o jornalismo.

A todos os professores que passaram por minha vida acadêmica, em especial, aos mestres Alexandre Ribeiro e Cláudia Busato, pela atenção e incentivo para a produção da revista, e à equipe da coordenação do curso de Comunicação Social, principalmente ao Gélio, Davi e professor Bruno Nalon, pela paciência com minhas dúvidas, problemas relacionados ao curso e palhaçadas sem fim.

Aos amigos e colaboradores do projeto, entre ilustradores e entrevistados, pelo apoio e confiança em compartilharem suas habilidades e histórias conosco.

Í Meu fácil me enfada. Meu difícil me guiaí .

Paul Valéry

%Olhar dá medo porque é risco. Se estivermos realmente decididos a enxergar, não sabemos o que vamos ver. Quando saio da redação, tenho uma ideia de para onde devo olhar e o que pretendo buscar, mas é uma ideia aberta, suficiente apenas para partir. Tenho pena dos repórteres das teses prontas, que saem não com blocos, mas com planilhas para preencher aspas predeterminadas. Donos apenas da ilusão de que a vida pode ser domesticada, classificada e encaixotada em parágrafos seguros. Tudo o que somos de melhor é resultado do espanto. Como prescindir da possibilidade de se espantar? O melhor de ir para a rua espiar o mundo é que não sabemos o que vamos encontrar. Essa é a graça maior de ser repórter. (Essa é a graça maior de ser gente.)

[...]

Medo é necessário, faz sentido. Só não dá para ter medo de ter medo, paralisar e deixar as histórias passarem sem encontrar quem as conte. Ficar escondido atrás de um computador, achando que o fato de escolher em que mundo virtual entrar, quando sair, quais e-mails responder e quais deletar é ter a vida sob controle e configura, talvez, a grande ilusão contemporânea. Por mais que você escolha não viver, a vida te agarra em alguma esquina. O melhor é logo se lambuzar nela, enfiar o pé na jaca, enlamear os sapatos. Se quiser um conselho, vá. Vá com medo, apesar do medo. Se atire. Se quiser outro, não há como viver sem pecado. Então, faça um favor a si mesmo: peque sempre pelo excesso.

Ser repórter é um dos grandes caminhos para entrar na vida (principalmente na alheia) com os dois pés e com estilo. Desde pequena, o que mais me fascinava era passar pelas casas e prédios de apartamentos (em Ijuí tinha dois), adivinhar a luz lá dentro e imaginar o que acontecia, que vidas eram aquelas, com o que sonhavam, que dramas tinham, o que as fazia rir. Pronto. Arranjei uma maneira de entrar em qualquer casa iluminada por dentro, mesmo que seja com uma vela. Ser repórter não tem preço. Em todos os sentidos+

(Da jornalista Eliane Brum em *A vida que ninguém vê*, 2006).

Resumo

FERNANDES, Sarita González. **Revista *Ilimitada* É Uma proposta de publicação com a tônica de Empreendedorismo sem limites**. 2011. Trabalho de conclusão de graduação em Jornalismo. Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas . FATECS, Centro Universitário de Brasília . UniCEUB, Brasília, 2011.

A revista ***Ilimitada É Empreendedorismo sem limites*** é um projeto experimental na modalidade produto de comunicação referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo. O produto é uma revista mensal sobre empreendedorismo voltada para jovens brasileiros que querem se aventurar no mundo empresarial e para aqueles que apostaram na capital para abrir seu negócio. O foco da revista é no empreendedorismo feito em Brasília e tem o propósito de acender nos brasileiros a busca por ideias inovadoras para empresas que podem trazer diferencial de serviços para a região. Como única revista feita em Brasília sobre o tema, a linha editorial da *Ilimitada* prioriza empresas implantadas na cidade. A ideia da revista nasceu no final de fevereiro de 2011 e toda a apuração e redação do projeto foram feitas ao longo dos meses de março, abril e maio do mesmo ano. Além de reportagens que mostram histórias de sucesso de empreendedores de Brasília, a revista traz diversas matérias com temas voltados para as relações de trabalho instituídas entre gestores e funcionários de empresas privadas. No geral, o conteúdo da revista está relacionado a temas como negócios, carreira, mercado de trabalho, economia e cultura organizacional, com valorização de assuntos voltados para informação e serviço. O projeto também valoriza a estética das páginas a fim de proporcionar leveza ao conteúdo da publicação. A *Ilimitada* tem como maior referência o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), entidade privada que, desde 1972, atua como ponto de partida para pessoas que abrem suas próprias empresas que, por sua vez, influenciam diretamente no desenvolvimento do país, já que estimulam a abertura de negócios formais.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Brasília, Revista, Negócios, Inovação.

Sumário

INTRODUÇÃO.....	8
1 Objetivo.....	9
1.1 Justificativa.....	10
1.2 Escolha do tema.....	12
DESENVOLVIMENTO.....	14
2 Metodologia . A %ua+ como lição.....	14
2.1 A história da revista.....	17
2.1.1 Dúvida cruel.....	17
2.1.2 Mãos à obra.....	18
2.1.3 Orientação.....	19
2.2 Produção.....	20
2.2.1 Apuração e escrita.....	22
2.2.2 Seções da revista.....	24
2.2.3 Entrevistar também é empreender.....	25
2.2.4 %Escrever é cortar+.....	26
3 Diagramação.....	28
CONCLUSÃO.....	30
4 Referências Bibliográficas.....	33

INTRODUÇÃO

A revista *Ilimitada* é a manifestação da necessidade de uma publicação mensal sobre o tema empreendedorismo, totalmente produzida em Brasília e voltada para o público da cidade. O projeto, idealizado e construído com o intuito de levantar o empreendedorismo feito na capital do país, destaca a importância do tema para a economia e para a cultura brasiliense de construir negócios inovadores.

Em seu conteúdo, *Ilimitada* traz 28 páginas que mesclam informação, serviço, interatividade e histórias de sucesso de empresários que viram em Brasília um espaço atrativo para montar diferentes tipos de negócios. O objetivo é atingir futuros empreendedores da capital e empresários que precisam se informar com assuntos relacionados ao tema para obterem êxito na gestão de suas empresas.

Para levantar reflexões sobre a pequena disseminação da cultura de empreender em Brasília, além da questão referente à educação, conhecimento e qualificação profissional como passos essenciais para empreendedores de sucesso, a *Ilimitada* traz uma entrevista com uma das professoras do curso de Administração da Universidade de Brasília (UnB). A revista também reserva espaço informativo para quem pretende abrir uma empresa. Com foco no processo burocrático de abertura de um negócio, bem como na preparação educacional para esta ação, este espaço situa o leitor à medida em que lhe proporciona suporte com informações detalhadas.

Para quem ainda quer se inspirar, a *Ilimitada* traz pautas variadas além de histórias de sucesso de quem apostou em sua empresa e deu certo. A ideia é resgatar os vários exemplos de empreendedores que obtiveram êxito com seus negócios em Brasília a partir de aspectos como inovação, criatividade, diferencial, preparo e, principalmente, confiança em sua capacidade e no próprio trabalho.

A *Ilimitada* é um espaço para empreendedorismo sem limites. Quem quer apostar nessa possibilidade, que seja bem-vindo.

1 Objetivo

Empreendedorismo sem limites. O lema da revista *Ilimitada* já justifica o objetivo do projeto. Por que não ser um empreendedor? O propósito da revista é mostrar que, com preparo, dedicação e vontade de inovar, as chances de ser um empresário de sucesso são grandes. Além disso, a *Ilimitada* visa acender a importância do empreendedorismo para Brasília, ao se destacar como única revista mensal com foco no empreendedorismo inteiramente voltada para o público da cidade.

O público-alvo da revista é formado por empreendedores que enxergaram Brasília como um espaço de oportunidades e propício para a abertura de empresas de diferentes setores. Jovens estudantes de vários cursos universitários que ainda não sabem que rumo profissional seguir também compõem o público-alvo da revista *Ilimitada*. Seu conteúdo visa provocar o espírito empreendedor em quem está apenas começando a se tornar um grande empresário, além de auxiliar quem já encontrou seu caminho.

A revista pretende construir o conceito de que Brasília não é espaço apenas para %concurseiros+e concursados, mas também para quem quer abrir negócios inovadores na capital do país. Outro grande objetivo do projeto foi encontrar a certeza que todo estudante de último semestre de uma graduação almeja: %é isso mesmo que eu quero fazer pelo resto da minha vida?+ Para mim, como uma das autoras do projeto, a revista *Ilimitada* também serviu como uma confirmação do significado do jornalismo para minha vida profissional. O projeto surgiu da necessidade de encerrar a graduação a partir do trabalho feito nas redações de jornalismo, nosso futuro palco de atuação. Não que uma pesquisa teórica seja menos importante para o fechamento da faculdade, mas, entre teoria e prática, optou-se pela segunda como busca pela certeza da escolha profissional.

A revista como trabalho de conclusão de curso trouxe, portanto, a resposta, já que, para sua execução, foi necessário exercitar todo o trabalho que o jornalista deve fazer para chegar ao seu produto final. A certeza de que o

jornalismo foi a escolha certa para minha vida profissional veio junto com a produção de *Ilimitada*.

1.1 Justificativa

Brasília é a cidade dos concursos públicos. A afirmação pode ser fato consumado ou apenas uma ideia ainda em transição. A cada ano cresce o número de brasilienses interessados em prestar concurso público para algum órgão da capital . recém formados no ensino médio, egressos do nível superior de diferentes graduações e profissionais com carreiras já consolidadas na iniciativa privada. Fala-se na sonhada estabilidade. Passar em um concurso público virou moda em Brasília. O assunto passou a ser conversa de bar, de reuniões familiares, de salas de aula, de fóruns de sites especializados no tema. Em Brasília, a cultura é fortemente voltada para a carreira pública. Mas será que o empreendedorismo como opção profissional ainda pode conquistar os brasilienses?

Uma das matérias da revista *Ilimitada* mostra que essa tendência vem da própria cultura de Brasília. Os jovens não são incentivados a abrir um negócio próprio e, principalmente, a criar e inovar. Basta fazer uma retrospectiva e refletir se você que é brasiliense foi incentivado em alguma etapa de sua vida a pensar em abrir uma empresa com diferencial. Na referida matéria, uma professora de Administração da Universidade de Brasília (UnB) revela que alunos do curso - um dos que mais poderiam estimular jovens para o mundo empresarial - não têm a mentalidade de empreender e preferem tentar um lugar à sombra dos cargos públicos. Quem compartilhou essa informação com as idealizadoras da revista foi a professora Marina Moreira. Especialista na área, ela desabafou sobre a preocupação de formar cada vez menos empreendedores.

Dados do Sebrae-DF mostram que foram abertas 11.937 empresas no Distrito Federal em 2010. No primeiro trimestre deste ano, outras 2.999 foram inauguradas. Esse número poderia ser maior, levando-se em conta as diversas atividades que podem ser desenvolvidas em Brasília. Em recente entrevista

para o site de empregos *Admite-se* do portal de notícias *Correioweb* feita por mim com o secretário do Trabalho do Distrito Federal, Glaucio Rojas, setores como construção civil, hotelaria, gastronomia, tecnologia da informação e serviços foram destacados como áreas fortes em Brasília para empresários e trabalhadores. Ele considerou, inclusive, que o conceito de %capital dos concursos públicos+ já está sendo superado por conta do crescimento das atividades citadas.

Independente das chances do empreendedorismo aumentar em Brasília devido ao crescimento de determinados setores, é preciso levantar a conscientização a respeito da necessidade de construir empresas inovadoras. Não basta abrir mais uma padaria, outro boteco ou o milésimo salão de beleza da cidade. A missão da revista *Ilimitada* é motivar empreendedores a criarem projetos com diferencial. Aventurar-se no mundo empresarial, independente do tamanho do negócio que está sendo aberto significa, acima de tudo, ter consciência de que a atividade será responsável pela geração de empregos diretos e indiretos e influenciará positivamente a economia da região. Se a empresa tiver um propósito positivo, quanto mais criativo e inovador for o serviço e/ ou produto oferecido, melhor para a sociedade.

De acordo com os autores Robert D. Hisrich e Michael P. Peters (2004, p.33), empreendedorismo %o processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas+. Mais do que colocar algo em execução, empreender significa aguçar o que existe de melhor em si. Representa o estímulo à criatividade, à inovação, ao saber colocado em prática. Empreender significa desenvolver-se como cidadão e ser humano e criar oportunidades para a sociedade na qual se está inserido. Empreende-se quando se encontra outro caminho para chegar ao trabalho. Empreende-se quando se pensa em uma maneira diferente para trabalhar os problemas pessoais. Empreende-se quando se tenta encontrar mecanismos que auxiliem um grupo na conquista da sobrevivência. Empreende-se quando se busca o melhor para a coletividade. A gente vive empreendendo.

1.2 Escolha do tema

Por que não moda? Por que não cultura? Por que não saúde ou gastronomia? Há quase um ano e meio, mergulhei no mundo do mercado de trabalho ao me tornar estagiária do site *Admite-se*, do portal de notícias *Correioweb*. Como o próprio nome sugere, as matérias do site giram em torno de vagas de emprego, estágio e *trainee*, além de pautas com foco no próprio trabalhador. Lutas por diminuição de jornadas de trabalho de determinadas categorias profissionais, carreiras em ascensão no mercado brasileiro, relações de trabalho entre funcionários e empregadores e decisões judiciais da Justiça em torno de processos trabalhistas são alguns dos temas mais pertinentes que o site aborda. Pautas com foco no trabalhador. Mas e o empresário, o gestor, o líder? Como o tema empreendedorismo está diretamente relacionado ao assunto mais abrangente . mercado de trabalho -, com o qual já tenho afinidade, resolvi aproveitar meu conhecimento na área e enfrentar o desafio de fazer uma revista com essa abordagem: o empresário.

Empreendedorismo é um tema apaixonante, principalmente se abordado com a preocupação de mostrar o lado humano. Quem empreende são pessoas. Pessoas com histórias diferentes, com objetivos diversos e com focos variados. Aliado à minha proximidade com o tema, uma velha indagação veio à tona: por que os brasileiros só querem saber de prestar concurso público? Podem ser pessoas de qualquer curso. Dentistas, Professores, Arquitetos, Engenheiros, Médicos, Publicitários, Jornalistas. Muita gente quer isso. Mas profissionais de qualquer uma dessas áreas, por exemplo, podem utilizar seu conhecimento e experiência para empreender. %Meu consultório+, %minha construtora+, %minha clínica+, %minha empresa de comunicação+. Por que não? Por que tantos concurseiros em Brasília? É difícil empreender? Sim. Tanto quanto passar em um concurso público. Mas qual dos dois pode gerar empregos diretos e indiretos e contribuir para a geração de riquezas e movimentar a economia?

No livro *Empreendedorismo*, de Robert D. Hisrich e Michael P. Peters (2004,p.33), os autores explicam os fatores relacionados ao

empreendedorismo e expõem o processo de tomada de decisão de quem assume a responsabilidade de se tornar seu próprio chefe:

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade. Tal mudança é acompanhada pelo crescimento e por maior produção, o que permite que mais riqueza seja dividida pelos vários participantes. (HISRICH; PETERS, 2004, p.33).

Empreendedorismo *versus* concursos públicos em Brasília foi escolhido como base de sustentação da revista *Ilimitada* e justifica a escolha do tema a partir dos exemplos de histórias de sucesso de empreendedores da cidade. Um assunto muito pertinente está relacionado à cultura da capital e até mesmo do país com relação a esta atividade. Na mesma obra, os autores comparam o empreendedorismo brasileiro com o americano. Para eles, os americanos, muito conhecidos pela criação de novas empresas, dão mais valor à importância de ter oportunidades individuais e atingir o sucesso :

A percepção de que é desejável iniciar uma nova empresa é resultado da cultura, da subcultura, da família, dos professores e dos colegas de uma pessoa. A cultura que valoriza um indivíduo que cria com sucesso um novo negócio dará origem a mais empreendimentos do que uma cultura que não dá valor a isso. (HISRICH; PETERS, 2004, p. 31).

Por fim, a escolha do empreendedorismo como tema se deu, principalmente, pela dinamicidade do assunto. A partir do momento em que uma empresa é aberta, vários aspectos ganham importância. Alguns exemplos: o empresário estabelece no mercado uma nova marca e um serviço disponível para o público de acordo com sua necessidade. Com o crescimento do negócio, a empresa ganha competitividade, que, por sua vez, estimula o desenvolvimento e poder de criatividade e inovação de outras empresas. Além disso, são criadas novas oportunidades de trabalho para a população. Essa questão é resumida pelos mesmos autores:

Como evidenciado pelas várias definições, o termo *empreendedorismo* significa coisas diferentes para pessoas diferentes e pode ser visto sob perspectivas conceituais diferentes. Contudo, apesar das diferenças, existem alguns aspectos comuns:

riscos, criatividade, independência e recompensa. Esses aspectos continuarão a ser a força impulsionadora subjacente à noção de empreendedorismo no futuro. Uma coisa está clara: o futuro do empreendedorismo parece brilhante. (HISRICH; PETERS, 2004, p. 41).

O tema é desafiador, principalmente tendo em vista que a publicação é voltada para o público de Brasília. Atrair os olhares do governo, das escolas e faculdades, das próprias empresas e das pessoas não é fácil. Mas é estimulante.

DESENVOLVIMENTO

2. Metodologia É A Ítua como lição

Após a escolha do tema da revista, do público-alvo e da temática da publicação, o primeiro passo para trabalhar o assunto e dar início à produção de *Ilimitada* foi procurar o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Distrito Federal (Sebrae-DF). A ideia era investigar se a entidade possuía alguma publicação do tipo, ou seja, uma revista de empreendedorismo voltada para o público de Brasília. De acordo com a assessoria de imprensa do Sebrae-DF, existe apenas uma revista interna com tiragem de dois mil exemplares. Por ser referência no assunto, o Sebrae-DF nos serviu como principal suporte e guia para revista. Foi fundamental a análise do site da entidade, que conta com uma série de mecanismos úteis para o entendimento das necessidades e dúvidas de quem quer ser um empreendedor.

Depois disso, iniciamos uma longa busca na biblioteca do UniCEUB por revistas com este tema. *Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, *Você S/A*, *Pequenas e Médias Empresas*, *Exame*, *Época Negócios*. Nenhuma delas tem sede em Brasília nem possui como público-alvo o mercado e os empresários da capital do país. Apesar disso, essas publicações nos inspiraram com sugestões de pauta e até mesmo com a linguagem usada nos textos. Além disso, a internet nos serviu como um espaço para conhecermos sites especializados no assunto e até mesmo blogs. Tudo isso foi feito para mergulharmos no tema e construirmos uma revista totalmente voltada para Brasília.

Revista é o nosso forte. Ambas temos pretensão de, no futuro, trabalhar nesse tipo de mídia por termos perfis de repórteres que produzem melhor numa dinâmica de apurações mais profundas e com textos mais sólidos. O texto jornalístico de revistas é caracterizado pelo gênero interpretativo, que tem a capacidade de ampliar a informação levantada pela notícia em questão e, desse modo, situar o leitor por meio de um conteúdo mais denso, já que a reportagem se torna mais profunda. Com relação à estrutura do texto da revista, vale ressaltar que este é desenvolvido com base no modelo da pirâmide mista, que traz um texto com uma abertura caracterizada pela curiosidade e por um estilo diferenciado, sem deixar de lado as informações principais. Essa estrutura inicial da pirâmide mista é seguida da apresentação dos fatos dispostos em ordem cronológica. Uma característica marcante da pirâmide mista é a presença de análises e abordagens distintas inseridas no mesmo conteúdo.

Para a escolha da revista como mídia para o projeto, além de nos embasarmos no aprendizado tido ao longo do curso de jornalismo, aprofundamos nosso conhecimento acerca desse tipo de publicação. No livro *O estilo magazine*, Vilas Boas (1996, p.9) destaca as principais qualidades da revista como um dos modelos de mídia impressa:

A revista semanal preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão. Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. (VILAS BOAS, 1996, p. 9).

Em *Jornalismo em revista no Brasil*, Patrícia Ceolin Nascimento (2002, p.18) faz um apanhado geral da história das revistas no Brasil. Vale ressaltar que as primeiras revistas brasileiras datam do século XIX, quando eram feitas publicações definidas como *ensaios* ou *folhetos*. Em 1928, a revista *O Cruzeiro* foi considerada a pioneira no gênero reportagem. Já em 1938, a revista *Diretrizes* se destacou pela produção de textos com teor mais crítico e investigativo. Entre os anos 1950 e 1970, o jornalismo brasileiro viu nascerem

revistas com conteúdo mais moderno, como *Manchete*, *Realidade* e *Veja*. No mesmo livro, a autora define revista:

Em linhas gerais, define-se revista como uma publicação periódica de formato e temática variados que se difere do jornal pelo tratamento visual (melhor qualidade de papel e de impressão, além de maior liberdade na diagramação e utilização de cores) e pelo tratamento textual (sem o imediatismo imposto aos jornais diários, as revistas lidariam com os fatos já publicados pelos jornais diários ou já veiculados pela televisão de maneira mais analítica, fornecendo um maior número de informações sobre determinado assunto. (NASCIMENTO, 2002. p. 18).

De acordo com ela, são considerados pelo menos vinte gêneros de revistas para classificar os principais títulos que circulam no mercado, tais como %interesse geral/ informação/ atualidades, interesse geral/ ciência, interesse geral/ leitura, interesse geral/ negócios, interesse geral/ turismo, feminina/ comportamento/ beleza, feminina/ jovem, feminina/ moda/ trabalhos manuais, feminina/ puericultura, feminina/ culinária, feminina/ saúde, masculina, esporte/ automobilismo, arquitetura; decoração, astrologia, cinema/ música/ TV, construção, infanto-juvenil/ games, informática, outros+.

Outro procedimento metodológico foi a utilização de redes sociais como *Twitter* e *Facebook* para encontrar possíveis personagens e apoiadores do projeto; pedimos dicas de professores da faculdade com o melhor do que eles podiam oferecer; ouvimos pessoas . leigas ou não no assunto para sabermos o que elas gostariam de ler em uma revista sobre empreendedorismo; olhamos ao nosso redor e batemos de porta em porta para acharmos possíveis fontes e personagens. A principal metodologia de trabalho para a produção da revista foi, literalmente, %cujar os pés+.

2.1 A história da revista

2.1.1 Dúvida cruel

Primeiro semestre de 2011. É a primeira vez que alunos do curso de jornalismo do UniCEUB podem elaborar um produto de mídia como trabalho de conclusão de curso para obterem diploma. A ideia a respeito da mudança já era antiga, mas a confirmação e comunicação a respeito da possibilidade só ocorreram no final do mês de janeiro deste ano. Reza a lenda que a novidade nem foi muito disseminada no bloco da comunicação entre os futuros jornalistas. O fato é que não se acreditava muito que algum formando já com um longo pré-projeto de monografia nas mãos e ansioso para se formar ousaria enfrentar o desafio.

Ousei. Passei o sexto semestre inteiro me envolvendo em uma pesquisa sobre as rotinas produtivas no jornalismo *online*, mas deixei guardado o desejo de sair da faculdade com um projeto concreto e colocado em prática, pronto para ser mostrado no mercado de trabalho, ou seja, logo ali. A vontade foi tão grande que fiquei certa de que era aquilo que eu queria. ~~Pod~~ Pode fazer produto? Pode ser revista? Combinado. Vou fazer+, comemorei. Para falar a verdade, houve uma certa hesitação inicial. Ciente do calendário de atividades para o primeiro semestre do ano letivo de 2011 da instituição, me deram a seguinte certeza: ~~Vo~~ Você tem apenas três meses para montar uma revista+. Tendo em vista que ~~mon~~ montar+ significava delimitar um tema, elaborar pautas, pré-apurar, apurar dados e informações com as mais diversas fontes, entrevistar uma infinidade de personagens para as matérias, correr atrás de fotografias, ilustrações, patrocínio, escrever dezenas de matérias, revisá-las incansavelmente e diagramar o produto final, parei para refletir se a empreitada daria certo. Se daria ou não, eu só saberia no *gran finale*. Eu só tinha uma única certeza: valeria a pena. E valeu.

É fato que não houve muita gente disposta a apoiar a ideia. 26 de fevereiro de 2011, auditório da biblioteca do UniCEUB: primeira reunião para escolha de orientadores. Ao meu redor só havia alunos envolvidos com ideias

para monografias. Por um momento pensei: por que não começar logo a pesquisa que eu já havia idealizado e esquecer essa ideia maluca de fazer um produto? Na saída da reunião, encontrei o professor Sérgio Euclides, que também ministra oficinas para monografias. Compartilhei com ele a ideia de fazer uma revista e ele foi logo avisando que aquilo seria uma completa maluquice. Você tem mais o perfil intelectual e combina mais com pesquisa acadêmica, Sarita. Não se aventure, disse ele. Em dúvida acerca do que queria, corri para conversar com outro professor e grande amigo, Paulo Paniago, que foi bastante direto: Você não vai sossegar enquanto não fizer essa revista, Sara. Faça o que sabe de melhor, que é jornalismo, e dê o melhor de você. Bom trabalho. Levei então a ideia àquele que seria meu orientador, professor Luiz Cláudio Ferreira e, mais maluco do que eu, apoiou a ideia. Agora era só colocar a mão na massa.

2.1.2 Mãos à obra

Fazer uma revista sozinha seria suicídio. Sou a favor das ideias de que duas cabeças pensam melhor do que uma e de que união faz a força. Clichês à parte, é no que a prática me faz acreditar. Desde antes da confirmação sobre a possibilidade de fazer um produto para o TCC, eu e a colega Larissa Alberti já havíamos deliberado sobre nossa união para o projeto. Escolha mútua. Não sei com detalhes os motivos que a levaram a me escolher como parceira, mas eu conheço bem os meus. Eu precisava de uma aliada confiável, eficiente, centrada e disposta a trabalhar. Isso já estava garantido.

O próximo passo seria delimitar o tema da revista. Na noite após o primeiro encontro sobre o projeto com o orientador Luiz Cláudio, estava bastante complicado encontrar um tema que fosse viável e que satisfizesse a dupla. Eis que surge como um enviado especial o colega Pablo Emílio de Mattos na mesa da praça de alimentação do UniCEUB, onde eu e Larissa estávamos reunidas. Como se já soubesse que aquilo fosse dar certo, o Bablito aponta: empreendedorismo! Suas justificativas para a sugestão do tema, é claro, eram mais pessoais. Mas a sugestão caiu como uma luva. Há

um ano trabalhando com pautas sobre mercado de trabalho, eu já estava acostumada com assuntos do tipo. Sempre com o foco na figura do trabalhador, era chegada a hora de falar sobre o empresário, o gestor. O momento era de agregar conhecimentos. O longo trabalho pela frente exigiu de mim que eu finalmente tirasse férias de um mês do estágio. Parecia estar tudo se encaixando e contando a favor da produção de *Ilimitada*.

2.1.3 Orientação

A escolha do orientador para a revista foi feita antes mesmo da escolha do tema do projeto. Pela experiência que tivemos como alunas do professor Luiz Cláudio Ferreira nas disciplinas de Técnicas de Entrevista, Apuração e Reportagem (TEAR), Jornal Laboratório e Telejornalismo II, estávamos cientes de que deveríamos escolher um orientador com perfil versátil e pragmático. Depois de enfrentar a grande concorrência com os alunos que também escolheram Luiz como orientador foi firmada a parceria.

As orientações se deram sempre no período noturno das quartas-feiras. Luiz acompanhou todo o processo: desenvolvimento do tema, criação das pautas, leituras das matérias redigidas e auxílio com sugestões necessárias, inclusive gráficas. O professor orientador quase não interferiu nas matérias, mas se encarregou de dar um toque de leveza nos textos. Como destaca Vilas Boas (1996, p.34), essa técnica valoriza o que foi redigido.

O toque de leveza transforma frases explícitas em sutilezas que surpreendem e impõem o leitor a continuar. Significa aparar as pontas de palavras enfadonhas e frases vazias, de observações desnecessárias e descrições muito longas. Dar um toque de leveza significa saber a hora de evitar um adjetivo desnecessário e quando eliminar um advérbio cujo sentido já está implícito no verbo da frase. (VILAS BOAS, 1996, p.34).

Como a elaboração de um produto como Trabalho de Conclusão de Curso ainda é novidade para o nosso curso, o orientador também teve o cuidado de nos auxiliar com referências de apoio para a produção do conteúdo e com a escolha de um modelo para fazer o memorial. Para isso, apresentei-

lhe dois modelos: um da Universidade de Brasília (UnB) e outro do Instituto de Ensino Superior de Brasília (Iesb), emprestados pelos professores Paulo Paniago e Cláudia Busato, respectivamente. O professor de Planejamento Gráfico e Editoração (PGE), Alexandre Ribeiro, também concordou em nos ajudar com dicas para a diagramação e o projeto gráfico como um todo.

2.2 Produção

Produzir a revista *Ilimitada* foi, de fato, empreender um grande negócio. A começar pela escolha da parceira de reportagem, Larissa Alberti. Definir quem poderá participar de um desafio como este não é nada fácil. Antes de mais nada, é necessário ter total conhecimento da postura da pessoa diante do trabalho e, principalmente, confiar nela. Era a escolha da sociedade perfeita. O dilema é bem parecido com o de empresários que procuram um sócio ideal para os negócios.

Após fecharmos o acordo, o primeiro passo era pensar a revista. Como um plano de negócio para a montagem de uma empresa, requisito básico para empresários que querem ter segurança no empreendimento, nosso planejamento de pautas, seções, quantidade de páginas e cronograma de entrevistas foi feito cuidadosamente. Elaboramos um cronograma que foi seguido quase à risca. A maioria das entrevistas foi feita durante a semana no horário da manhã. Quando saíamos para apurar, já levávamos *notebook* para escrevermos a matéria ainda na rua. Como não tínhamos aula nesses dois dias da semana, as noites de quinta e sexta-feira também foram usadas para a redação de matérias e ajustes de detalhes. Madrugadas de segunda a segunda também serviram para isso.

Alguns contratemplos aconteceram na penúltima semana de abril, em que todos os entrevistados confirmados desmarcaram os encontros combinados. Todos. Alagamento no prédio do Minhocão, na UNB, cancelamento de um evento de líderes em Brasília e perda de contato com um empresário para uma pauta foram apenas alguns dos desastres.

Como toda a empresa em seu início de funcionamento, a *Ilimitada* passou por uma série de pedras encontradas no meio do caminho. Para que a ideia da revista se concretizasse, estabelecemos uma série de parcerias com pessoas que poderiam nos apoiar. Conseguir um ilustrador paciente, eficaz e que não cobrasse pelo trabalho foi tarefa difícil. O primeiro a aceitar o trabalho acabou desistindo do contrato logo no primeiro mês. Desespero. Apelamos para amigos e redes sociais como *Twitter* e *Facebook*, que funcionaram como intermediadores para encontrarmos ilustradores interessados em divulgar seu trabalho e ajudar duas estudantes desesperadas. Eis que surgem Vinícius Brisola, estudante do UniCEUB e Pedro Dias, estudante da UnB. Não os conhecíamos. Passamos a conhecê-los e fomos francas ao afirmarmos para eles que não tínhamos dinheiro a oferecer e que todos sairiam ganhando com a oportunidade de fazer contatos. Convencemos. Sendo assim, além de podermos trabalhar com jovens criativos, já não seria necessário gastar dinheiro com ilustrações.

Mas e a impressão dos exemplares da revista? Prevenidas, pensamos nesse grande detalhe logo na primeira etapa. Em meados de março, após um rápido lanche na praça de alimentação da faculdade, decidimos bater na porta da agência do banco Santander, que possui convênio com o UniCEUB. Para quem não sabe, a empresa apoia projetos de empreendedorismo e possui até mesmo uma premiação para produtos da área. *Prêmio Santander de Empreendedorismo*. Parecia perfeito. O gerente nos deixou bastante animadas com sua disposição para ser o elo entre nossa necessidade e o setor de *Universidades*, localizado em uma agência de São Paulo. Durante dois meses mantivemos contato com o banco, que nos deu esperança de que o apoio para o projeto seria possível, e chegamos a enviar vários orçamentos para serem avaliados. Em maio veio a bomba: nada de patrocínio. Decidimos insistir com a própria faculdade para que ela apoiasse nosso projeto. Procuramos a presidente do Diretório Central Estudantil (DCE) do UniCEUB, Gabriela Benicio, que aceitou nos ajudar na comunicação com a reitoria da instituição. Depois de algumas semanas de contato com a presidente, a informação passada foi a de que o UniCEUB não apoia esse tipo de projeto. Simples

assim. Já não havia tempo para tentar apoio financeiro de outra maneira. Chegaram a me perguntar sobre a necessidade de um patrocínio para a impressão de uma revista acadêmica com tiragem tão inexpressiva. A ideia surgiu justamente com o intuito de aumentar a tiragem e poder divulgar nosso trabalho para um maior número de pessoas. Além disso, o objetivo era distribuir a publicação para todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram com o processo. Resumo da história: pagamos a impressão da revista com nosso próprio dinheiro do estágio.

2.2.1 Apuração e escrita

Após a decisão do tema e da estrutura de toda a revista, tivemos a tarefa de pré-apurar as pautas. Uma pauta bem elaborada já representa meio caminho andado, como ressalta o jornalista Nilson Lage (2001, p.37) no livro *Anatomia da Reportagem*:

Uma pauta bem feita prevê volume de informação necessária para a garantia de eventuais quedas de pauta e ainda matérias que poderão ser aproveitadas posteriormente . por exemplo, no fim de semana da política ou da economia e no meio da semana dos esportes. Evita, por outro lado, o consumo inútil de homens-horas em produtos que jamais serão veiculados. (LAGE, 2001, p.37).

A busca de dados e informações oficiais foram obtidas junto a órgãos como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e professores da Universidade de Brasília (UnB). Outras fontes para as matérias como colunistas da área de empreendedorismo, *coaches* e especialistas de assuntos variados foram encontrados por meio de buscas feitas em sites da internet e mediante consultas em reportagens afins. Para encontrarmos personagens que atendessem nossos requisitos para as matérias, utilizamos ferramentas como as mídias sociais, nas quais redes de contatos de amigos indicaram pessoas que poderiam se interessar em participar do projeto. Eis as fontes e personagens entrevistados para a revista:

- Marina Moreira - Professora e especialista em Empreendedorismo

- Homero Reis - Professor universitário, *coach ontológico* e colunista
- Ana Emília de Andrade . Consultora do Sebrae-DF
- Thiago Botafogo - Publicitário
- Marcello Barra - Professor do curso de Sociologia
- Natacha Pereira - Dona da loja de acessórios femininos *Maria Flor*
- Empresários da coluna *Histórias de Sucesso*: Diego Moraes (*Aloha Eyewear*); Flávia, Amanda e Fernanda Labecca (*Labecca Café*), Patrícia Luque (*Lugar de Papel*) e Bruno Kzam (*Saborella*)
- Sabrina Ferrolli - *Coach*
- Rafael Castro - Gestor
- Débora Barem - Professora e especialista em Mercado de Trabalho
- Ariel Ferreira - Futuro empreendedor
- Evandro Lepletier - Professor de Empreendedorismo
- Leonardo Maia . Analista do Sebrae-DF
- Ravell Nava . Diretor de empresa de Comunicação
- Pablo Emílio de Mattos . Estudante e futuro empreendedor
- Carlos Augusto de Moura . Estudante e futuro empreendedor
- Marcelo Godoy . Professor e especialista em *Marketing*
- Tatiana Castro . Professora de Publicidade
- Christiane de Souza Gnone . Assessora de imprensa do Sebrae-DF
- Assessoria de Imprensa da Universidade de Brasília (UnB)
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

2.2.2 Seções da revista

As seções da revista *Ilimitada* foram definidas e desenvolvidas juntamente com as pautas da publicação. A ideia foi traçar características específicas de cada seção, a fim de dar fôlego para outras possíveis publicações que viessem em outras edições. No total, a revista conta com seis seções:

* **Entrevista:** a cada publicação, a revista *Ilimitada* traz uma entrevista com algum especialista que trate de temas pertinentes ao empreendedorismo. Nesta edição, uma professora do curso de Administração da Universidade de Brasília (UnB) e especialista em empreendedorismo levanta questões como a carência de empreendedores em Brasília e a falta de estímulo nas escolas de nível fundamental, médio e até superior.

* **Artigo:** um colunista fixo da revista publica um artigo a cada edição com textos reflexivos para gestores de diferentes tipos de empresas. A intenção é levantar temas voltados para o modo de agir de empreendedores do século XXI.

* **Histórias de sucesso:** quatro histórias de empreendedores que obtiveram êxito na implantação de suas empresas em Brasília preencherão cada edição da revista *Ilimitada*. O foco dos textos é na luta profissional do empreendedor desde a idealização de seu negócio até a abertura da empresa. A ideia é inspirar futuros empreendedores e empresários já consolidados no mercado.

* **Guia do empreendedor:** espaço voltado para a divulgação de palestras, cursos, feiras de empreendedorismo, prêmios, programas e práticas empresariais. Tanto novatos na área quanto empresários antigos podem se manter informados sobre oportunidades de qualificação e especialização no ramo.

* **Papo sério:** com a finalidade de aproximar os leitores da revista com a realidade do empreendedorismo, esta seção traz um especialista para responder dúvidas recorrentes sobre o tema como, por exemplo, processo

burocrático para abertura de uma empresa, elaboração de planos de negócios e manutenção do empreendimento.

* **Radar empresarial:** esta seção traz, mensalmente, dois convidados do ramo empresarial para indicarem livros e filmes com o assunto relacionado ao empreendedorismo, para que os leitores se interessem a buscar referências nesses tipos de publicação.

* **Outras pautas desta publicação:**

A cada edição, a *Ilimitada* traz matérias com assuntos voltados tanto para o processo de abertura da empresa quanto para as relações de trabalho que se desenvolvem a partir do momento em que ela passa a funcionar. Nesta edição, a revista traz pautas que norteiam os seguintes assuntos: Processo burocrático da abertura; Relação entre mídias sociais e empresas; Diferentes tipos de liderança nas empresas e Negócios em sociedade.

2.2.3 Entrevistar também é empreender

Não é tão fácil quanto parece convencer uma pessoa a reservar um pouco de seu tempo para duas estudantes universitárias ansiosas para se formarem. Depois de ~~ensaiar~~ o texto de pedido de entrevista era hora de convencer a pessoa a participar do projeto. A maioria das entrevistas foi feita pessoalmente e isso certamente influenciou na qualidade das apurações. Como explica Thaís Oyama (2009, p.16) em seu livro *A arte de entrevistar bem*, não há nada como encarar de frente a fonte ou o personagem e apreender dele o máximo possível de detalhes e informações:

O escritor Gay Talese, perguntado por Robert Boynton, autor do livro *The New New Journalism*, se costumava fazer entrevistas por e-mail ou telefone, respondeu que nem endereço eletrônico tinha e que telefone, para ele, servia só para marcar entrevistas. Gay Talese pode se dar ao luxo de exagerar, mas o fato é que todo jornalista que já fez mais de dez entrevistas concorda que, numa escala de valores, a melhor entrevista é a pessoal. (OYAMA, 2009, p.16).

Com relação ao uso de gravadores nas entrevistas, demos preferência à utilização da ferramenta apenas em casos em que a apuração era focada inteiramente na história de vida e de carreira da pessoa. O gravador também foi essencial em entrevistas ricas em detalhes técnicos. Para Oyama, %gravadores [...] são fundamentais no caso de depoimentos em primeira pessoa, entrevistas pingue-pongue, entrevistas em outra língua e entrevistas difíceis [...]+

Em entrevistas que exigiam mais atenção devido ao contato com informações de cunho mais técnico, fornecidas geralmente por especialistas, houve o cuidado com a averiguação de dados de compreensão difícil. Como destaca Lage (2001), %experts são geralmente fontes secundárias, que se procuram em busca de versões ou interpretações de eventos. Um cuidado preliminar é o de formular, pelo menos no início, perguntas pertinentes . nada incomoda mais um especialista do que questões disparatadas+

Por seu teor mais simples, algumas entrevistas e a obtenção de determinadas informações para certas matérias se deram a partir de telefonemas e e-mails.

2.2.4 Í Escrever é cortarí

A cada entrevista, surgia um enorme volume de texto para ser escrito. Não é nada fácil decidir quais informações são mais relevantes e qual é a melhor forma de colocá-las no papel. Para complicar ainda mais o processo, realmente há momentos em que o jornalista simplesmente não está inspirado para escrever. Nada de *so sorry*. Há um ano trabalhando com jornalismo *online* e acostumada com um curto *deadline* para entregar matérias, tive de aprender que toda hora é hora de ser jornalista. Para escrever também. Vilas Boas também ressalta o papel do jornalista, que funciona ao mesmo tempo como redator e editor.

Ao escrever, você pode ter a impressão de que a figura do editor ocupa o lado esquerdo do seu cérebro. O lado direito seria, então, o seu lado essencial, o lado da criatividade Provavelmente, haverá uma espécie de duelo entre estas, digamos, %duas cabeças+

representadas pelo editor interno e pela criatividade individual (VILAS BOAS, 1996, p.25).

Como o texto de revista proporciona ao jornalista mais liberdade do que o jornal impresso é possível se aventurar com detalhes criativos e que permitam uma valorização do ritmo da publicação, mais lento.

O texto para uma revista também segue os padrões jornalísticos, mas isto não impede que palavras, frases e períodos tenham um tom diferente. O ritmo e a sonoridade das palavras também são muito importantes. Ler o texto em voz alta é uma boa medida para perceber se as palavras estão acompanhando a orquestração das ideias e se as frases estão no tamanho certo. (VILAS BOAS, 1996, p. 17).

Definir o tom do conteúdo da publicação é um desafio. Somente pelo nome, o tom já sinaliza ser um tema sério e denso. Como tornar a revista mais descontraída e com uma leitura mais atraente? A saída foi escolher o tom certo para o texto. A cada matéria redigida, houve a preocupação de trabalhar bem o conteúdo. Títulos, subtítulos, intertítulos e adereços foram minuciosamente pensados e montados desde a entrevista até a redação dos textos. Em jornalismo, a primeira impressão é a que fica. Esse papel cabe não somente aos elementos estéticos da página, como também ao início da reportagem, como explica Vilas Boas:

Na revista, por exemplo, quase sempre se escolhe a abertura menos convencional ou puramente informativa. Isto não impede que o jornal diário traga em suas páginas de domingo uma abertura mais literária, como alternativa para despertar o interesse do leitor. A revista não precisa de um *lead*, qualquer que seja o tipo. A revista precisa de uma *abertura envolvente*. (VILAS BOAS, 1996, p. 45).

De um modo geral, as matérias foram escritas no gênero reportagem e tiveram caráter informativo e interpretativo. Já os textos da seção *Histórias de sucesso* trazem uma linguagem mais voltada para o jornalismo literário, já que o foco é exclusivamente no personagem.

3 Diagramação

Tirei a sorte grande de minha parceira de projeto ser, além de repórter, uma grande diagramadora. Confesso que não tenho muito senso de estética e encaixar palavras e imagens de modo que a página fique legível e atraente não é o meu forte. Nasci para sujar os pés, dar a cara a tapa, levar %ão+sorrindo e insistir muito. Por isso mesmo, desde o início do projeto, me envolvi mais na apuração e redação das matérias do que na parte gráfica da revista. Nesse quesito, importantíssimo para a realização de *llimitada*, meu papel foi sugerir a disposição dos textos, criar adereços, correr atrás de ilustradores e opinar a respeito da construção das páginas.

Com 28 páginas coloridas e divididas em seis seções fixas e com um total de nove reportagens, a revista *llimitada* foi tomando forma desde a fase da apuração. Isso significa que a diagramação foi sendo feita desde o início do projeto. Certamente, este trabalho nos ajudou a ter uma visão mais ampla do andamento da revista. O formato do papel, A4 (21 cm de largura x 29,7 cm de altura), foi decidido logo no primeiro mês. Este tamanho foi escolhido para proporcionar mais espaço para textos e imagens. As margens da revista são de 1,27 cm para cima, esquerda, direita e para baixo. Dependendo da diagramação de cada matéria, as colunas variam de uma a três em cada página. A revista foi impressa em papel *couché* brilho 170 grs, para a capa, e 90 grs para o miolo da revista. O acabamento é do tipo canoa grampeado. A inspiração para a diagramação da revista veio, principalmente, de publicações com a mesma temática, com destaque para *Pequenas Empresas & Grandes Negócios* e *Você S/A*.

Ideias de adereços e ilustrações para cada matéria foram surgindo desde a apuração da pauta e se estenderam até a etapa posterior à redação dos textos. A disposição destes elementos foi sendo feita à medida que a revista era diagramada. Tanto o nome quanto o *design* da logo de *llimitada* foram criados na fase final da produção da revista, em uma reunião com o professor orientador, que nos auxiliou na escolha da marca. Cada seção da

revista traz margens com cores diferentes, a fim de criar um conteúdo mais atraente para o leitor.

No que se refere às fontes, foram utilizados quatro tipos: *Times New Roman*, *Berlin Sans FB Demi*, *Minion Pro* e *Comic Sans Ms*. A primeira foi usada para o texto corrido e para os números das páginas, além das legendas e créditos. A fonte é serifada, pois proporciona um texto mais legível para a publicação. No início do texto de cada reportagem foi usada a capitular. Os títulos possuem fonte *Berlin Sans FB Demi*, em negrito. A *Berlin Sans FB*, regular, foi utilizada nos subtítulos e nas seções. Para o título da revista, foi usada a fonte *Minion Pro* para o nome da revista, em negrito, que aparece ao final de cada página. A fonte *Comic Sans MS* (regular e negrito) foi escolhida para a matéria *Quero ser meu próprio chefe*, no quadro explicativo intitulado de *Cinco órgãos*.

CONCLUSÃO

Quanto mais se chega perto do alvo, mais aumentam a ansiedade e o desejo de alcançá-lo. Foi essa a sensação que tive quando finalmente cheguei no último semestre do curso de jornalismo. Nessa circunstância, produzir uma revista quando faltavam poucos meses para concluir a faculdade se tornou um desafio ainda maior. Trabalho duro à parte, me dei conta a tempo de que a fase final da graduação não é para ser concluída como uma pendência a ser resolvida. É justamente nesta etapa, que representa o início da vida profissional, que o estudante deve arregaçar as mangas e mostrar para si mesmo e para quem tiver de ver que ele é capaz.

Uma das primeiras coisas que ouvi quando entrei para o jornalismo foi ~~ninguém~~ ~~disse~~ que seria fácil. E não foi. Não é. Desde cedo se aprende que a profissão, que costumo chamar de ~~paixão~~, tem seu lado ruim. Quando eu ainda estava no 3º semestre do curso, caiu a obrigatoriedade do diploma; assim que comecei a trabalhar na área como estagiária percebi que salários baixos, condições ruins de trabalho e falta de força da própria categoria são apenas algumas das muitas insatisfações dos profissionais da área. Para quem costuma ver ~~o~~ metade do copo cheio, esses empecilhos podem ser superados. O mais importante é ser apaixonado pelo jornalismo. Eu sou. E sou apaixonada por gente, por histórias de vida, por divulgação de fatos que podem mudar a trajetória de outras pessoas.

Até hoje não sei se escolhi o jornalismo ou se foi ele que me escolheu. Antes de entrar para esse curso, cheguei a fazer um semestre de relações internacionais. Não é que eu tenha odiado, mas não estava apaixonada pela carreira que viria a seguir. Mudar de curso não foi tarefa fácil, pois implica em várias outras questões. Mas sou defensora de que bom trabalho só é feito por pessoas que amam o que fazem. Um dia de aula em jornalismo já foi suficiente para isso. Me encontrei e aprendi a lutar para que apostassem em mim, para

ser reconhecida. Agarrei o curso com unhas e dentes e fiz de professores e colegas de curso grandes aliados na profissão.

Sempre gostei de conversar com as pessoas e de ir atrás de histórias curiosas. Somente no final do curso me dei conta de que, desde a época da escola, os trabalhos que fazia sempre eram feitos com ferramentas jornalísticas: entrevistas, produção de vídeos, redação de textos. É, eu acho mesmo é que o jornalismo me escolheu.

Agora, a um passo do mercado de trabalho e pronta para dar o melhor de mim para a sociedade, decidi que a melhor coisa a fazer seria construir um produto com tudo o que aprendi em três anos e meio de faculdade: ler, pesquisar, investigar, procurar fontes e personagens, elaborar pautas, formular entrevistas, apurar e entrevistar, redigir textos, lidar com pessoas. A revista me proporcionou não apenas o conhecimento de um novo tema a ser explorado por um veículo de comunicação, como também ampliou minha rede de contatos com o mundo. Sim, com o mundo. Quando falo de rede de contatos, me refiro não somente àqueles que foram entrevistados, mas também aos que facilitaram meus caminhos para chegar até outras pessoas, àqueles que por uma necessidade ou outra me estenderam a mão e aos que ainda nem conheço, ou seja, as tantas outras pessoas que fazem parte desta grande sociedade.

Produzir a revista me ajudou a reforçar os três pilares do jornalismo . informar, fiscalizar e formar opinião. Quem faz jornalismo conhece a força da profissão. O jornalismo é o elo entre a sociedade e o poder. É aquele que opera como protetor dos cidadãos e como um dos caminhos para uma sociedade melhor. Se bem feito, ele ajuda a construir cidadãos mais críticos e conscientes de seu papel para o grupo ao qual pertencem. Ser jornalista e saber do poder transformador que ele possui é uma dádiva.

Parece discurso de uma jornalista recém-formada que acredita nos pontos fortes de sua profissão e munida de muita vontade de mudar o mundo. Não parece, é. Ainda que falem que não, adoro acreditar que a sociedade pode

evoluir (e muito) e que um futuro brilhante nos aguarda. Uma das coisas que me faz acreditar neste poder é justamente a produção desta revista. Foi trabalho de formiguinha. E deu certo. Encerrar a trajetória da graduação com a produção de um projeto que visa contribuir para a construção de uma sociedade mais bem informada, consciente de seus direitos e igualitária não tem preço. Que venha a carreira!

4 Referências bibliográficas

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em veja e manchete**. São Paulo: Annablume, 2002.

OYAMA, Thaís. **A arte de entrevistar bem**. São Paulo: Contexto, 2009.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Trad. Lene Belon Ribeiro. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1992.

SEABRA, Juliano. As saídas para formar um país empreendedor. **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**. São Paulo, n. 267, p.74, abr. 2011.

GIARDINO, Andrea, TOZZI, Elisa. Como mudar de carreira aos 25, 35 e 45 anos. **Você S/A**. São Paulo, ed. 154, p. 22-33, abr. 2011.

EMPREENDEDORES: O BLOG DA CAIXA. *Posts recentes*. São Paulo, 2011. Disponível em: <www.blogdosempreendedores.com.br>. Acesso em: 12 abr. 2011.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. *Entenda*. Disponível em: <www.portaldoempreendedor.gov.br>. Acesso em: 29 mar. 2011.

SEBRAE-DF. *Capacitação*. Disponível em: <www.df.sebrae.com.br>. Acesso em: 10 mar. a 26 mai. de 2011.