

FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS- FIFE
FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS - FEF

RAFAELA DA COSTA PICOLO

REVISTA UNIVIDA: 10 anos de história com os povos
originários

FERNANDÓPOLIS
2022

RAFAELA DA COSTA PICOLO

**REVISTA UNIVIDA: 10 anos de história com os povos
originários**

Projeto Experimental apresentado à Fundação
Educação de Fernandópolis como parte dos
requisitos para a conclusão do curso de graduação
em Comunicação Social – Jornalismo

Orientadora: Profa. Ma. Andresa Caroline Lopes de
Oliveira

FERNANDÓPOLIS
2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

RAFAELA DA COSTA PICOLO

REVISTA UNIVIDA: 10 anos de história com os povos originários

Projeto Experimental apresentado ao curso de Jornalismo da Fundação Educacional de Fernandópolis como requisito parcial para a obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Aprovado em: ____ / ____ / 2022

Examinadores:

Profa. Ma. Andresa Caroline Lopes de Oliveira
Fundação Educacional de Fernandópolis

Prof. Dr. Marcelo dos Santos Matos
Fundação Educacional de Fernandópolis

Pe. Eduardo Lima
Convidado

*“Haverá liberdade e paz...
Quando houver respeito,
Conscientização,
Igualdade e humanização. ”*
Nilva Aragues

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por esta incrível experiência e por ter contribuído para meu sonho que era conhecer a Missão UNIVIDA de perto e apresentar uma revista desse lindo projeto.

Agradeço aos meus pais, Marcia e Silvio e a minha irmã, Amanda por estarem sempre rezando e torcendo por mim e pela realização da Revista UNIVIDA.

Agradeço ao meu namorado Jeferson por sempre me dar forças e por nunca ter deixado eu desistir.

Agradeço ao presidente da Missão, Padre Eduardo Lima por todo o suporte.

Aos meus amigos comunicadores: Wesley, Marcela e Maiara por toda a experiência na parte de comunicação da Missão. Agradeço aos meus amigos Vitor Inácio e Matheus Augusto por todo o suporte para a realização deste trabalho.

Aproveito e agradeço a minha orientadora, Andresa Caroline Lopes de Oliveira por ter acolhido a minha ideia e ter acreditado em mim.

Enfim, tenho muitas pessoas a agradecer, mas essas foram essenciais para a minha conclusão de curso e apresentar este trabalho.

RESUMO

Este Projeto Experimental consiste na produção de uma revista, apresentando a Missão UNIVIDA, que teve início no ano de 2012. A produção foi composta por entrevistas, fotografias e depoimentos de universitários, profissionais e dos irmãos originários. O Relatório Técnico apresenta fundamentação teórica sobre Jornalismo Especializado em Revista, bem como os aspectos técnicos para a produção da Revista UNIVIDA.

Palavras-chave: missão humanitária; povos indígenas; revista; jornalismo especializado; jornalismo de revista.

ABSTRACT

This Experimental Project consists of the production of a magazine, presenting the UNIVIDA Mission, which began in 2012. The production consisted of interviews, photographs and testimonials from university students, professionals and original brothers. To compose the technical report, theoretical research was carried out in several authors and bibliographies.

Keywords: Humanitarian mission, magazine, church.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa da primeira edição da Revista O Cruzeiro

Figura 2 – Editorial da primeira edição da Revista Cruzeiro

Figura 3 – Capa ilustrativa do Rei Alberto da Bélgica

Figura 4 – Capa da 5 edição da Revista O cruzeiro

Figura 5 – Foto de uma página diagramada da Revista Cruzeiro, edição do dia 7 de outubro de 1961

Figura 6 – Capa da primeira edição da Revista Manchete

Figura 7 – Capa da Revista Realidade, no ano de 1966

Figura 8 – Capa da edição do mês de fevereiro de 2020

Figura 9 – Print da manchete da Revista UNIVIDA

Figura 10 – Print da linha fina da Revista UNIVIDA

Figura 11 – Print da manchete e linha fina da Revista UNIVIDA

Figura 12 – Print das colunas da Revista UNIVIDA

Figura 13 – Print das editorias da Revista UNIVIDA

Figura 14 – Print das editorias da Revista UNIVIDA

Figura 15 – Print de uma página com todas as fontes Revista UNIVIDA

Figura 16 – Print dos fios presente na Revista UNIVIDA

Figura 17 – Print dos detalhes em fotos, sombreamentos e molduras

Figura 18 – Print de um modelo de Box da Revista UNIVIDA

Figura 19 – Print de um modelo de Box da Revista UNIVIDA

Figura 20 – Print do modelo de Olho da Revista UNIVIDA

Figura 21 – Paleta de cores utilizadas na Revista UNIVIDA

Figura 22 – Logo da Revista UNIVIDA

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1. Jornalismo Especializado em Revista.....	11
1.1 Jornalismo de Revista.....	11
2. Missão UNIVIDA.....	11
3. Descrição do Produto.....	11
3.1 Projeto Grafico.....	11
4. Considerações Finais.....	11
5. Referências.....	11

INTRODUÇÃO

Quando falamos em Jornalismo de Revista, automaticamente associamos ao Jornalismo Especializado, sendo uma das ferramentas mais utilizadas nas revistas, vale ressaltar que essa modalidade está presente em diversos meios de comunicação, mas mesmo com as evoluções das tecnologias e dos meios jornalísticos, a área do Jornalismo Especializado continua tendo sua relevância nos meios impressos.

É importante sabermos que a internet está em primeiro lugar quando o assunto é temas especializados, mas os leitores não abrirão a mão de uma boa leitura em revistas quando são direcionadas sobre um determinado tema, ou seja, sempre que o leitor tiver a curiosidade de aprofundar em um assunto, as revistas serão alvos de procura. Além de ser consideradas meios de pesquisa podemos analisar que esse meio de comunicação também é um arquivo para a sociedade.

E pelo fato de as revistas serem consideradas arquivos, o trabalho a ser apresentado tem como tema “Revista UNIVIDA: 10 anos de histórias com os Povos Originários.”, que retratou a história de 10 anos da Missão UNIVIDA, dos seus fundamentos e sua missão que acontece todos os anos em Dourados/MS e na Amazônia. O trabalho será dividido em quatro partes teóricas, sendo: Jornalismo Especializado em Revista; Jornalismo de Revista; História da Missão UNIVIDA e a descrição do produto.

A finalidade é mostrar para a sociedade a importância dos povos originários e o trabalho que os profissionais e universitários desenvolvem, sendo eles atendimentos clínicos e preventivos nas aldeias indígenas. Para a realização do trabalho, participei durante uma semana, entre os dias 8 a 15 de julho do ano de 2022 da missão UNIVIDA em Dourados/MS, convivendo em diversos lugares, entre eles: Panambi; NAN Iguapiru; Escola Agostinho e na Escola Tengatui.

Ao total foram calculados 250 voluntários e durante toda a Missão a metodologia utilizada foi: contato com os indígenas para conhecer a realidade e a cultura, diálogos com universitários para entender o sentimento de alegria por estar junto com os irmãos originários, conversas com os responsáveis e profissionais de cada área para entender quais os atendimentos prestados e registros de imagens para acrescentar no projeto gráfico do trabalho.

O intuito do trabalho foi a produção de uma revista comemorativa, com um lado humanizado e focado em depoimentos, histórias e sobre a cultura dos povos originários daquela região, sendo as etnias: Terena, Guarani e Kaiowa.

1. JORNALISMO ESPECIALIZADO EM REVISTA

O Jornalismo Especializado está presente em todos os meios de comunicação, principalmente em revistas, internet e TVs, sendo que a revista é considerada o melhor meio para se aprofundar em temas específicos para determinado público.

Em questões de economia, Ortiz (1996) diz que não é produção em massa que vale, mas a fabricação de produtos especializados, percebendo a passagem de sermos massa para consumidores nos produtos de informações, gerando lucro para empresas referentes a comunicação. “Não é tanto a produção em massa que conta, mas a fabricação de produtos especializados a serem consumidos por mercados exigentes e segmentados.” (ORTIZ, p. 148-149).

Para Ortiz, o processo das grandes empresas que se unem para utilizar os meios de comunicação existentes, com o intuito de uma multiplicidade de conteúdo é um processo “esquizofrênico”, sendo que o consumidor pode escolher o produto com qual mais se identifica, porém o lucro sempre chegará ao mesmo produtor. Pode-se dizer que o Jornalismo Especializado é uma ferramenta eficaz para os conglomerados midiáticos, em questões lucrativas, sendo que é um grupo no qual possui numerosas empresas em diversos meios de comunicação em massa, obtendo uma maior demanda de respostas em determinado assunto, criando uma formação de audiência específica.

Candiani (2000) vê os assuntos que eram banalizados invadindo a mídia, em específico assuntos relacionados a celebridades, moda, decoração e outras, para ela esses assuntos são chamados de “Jornalismo *soft*”. “O jornalismo *soft* é uma zona de fronteira sem demarcações entre o jornalismo e a publicidade”. Além do jornalismo *soft* ser parecido com o Jornalismo Especializado, existem suas diferenças, como por exemplo, o tipo de aprofundamento no tema, no especializado requer um conhecimento aprofundado e no *Soft* é realizado juntamente com a publicidade.

É preciso ressaltar que o jornalismo não constitui apenas de matérias factuais, mas também produções jornalísticas, específicas, com temáticas diferentes, que sejam aprofundadas. Com a chegada da Internet, o Jornalismo Especializado passou a ser cada vez mais procurado, no qual a possibilidade de investimento é maior que as revistas, possibilitando um acesso mais fácil e podendo ser acessado em qualquer hora e lugar.

Algo interessante do jornalismo especializado é sempre abordar os temas segundo a sua linguagem específica, sendo uma maneira de ficar mais próximo de seu leitor. Encontram-se dois grandes motivos para a revista ser um dos meios de comunicação mais procurados quando citamos o Jornalismo Especializado, sendo eles: 1º pessoas que sentem prazer, lazer de determinado tema; 2º por profissionais de cada área, considerando uma forma de estudo. (ABIAHY, 2055, p. 23).

França (1998, p. 26) aponta o jornalismo como um dizer especializado: “Em síntese, o jornalismo faz parte do dizer social”. Traquina também diz que os jornalistas são participativos no processo da construção. “Os jornalistas não são simplesmente observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade” (TRAQUINA, 1993, p.168).

No livro *Jornalismo de Revista*, a autora Marília Scalzo questiona o Jornalismo Especializado, pelo motivo do profissional especializar em determinado assunto e esquecer o real motivo de sua profissão. O leitor pode acabar perdendo a curiosidade da reportagem, seja ela escrita, áudio ou vídeo por ter muito aprofundamento no assunto “Quando um jornalista se especializa em uma área, ele até pode ganhar em profundidade, mas corre o risco de se comportar exatamente como o especialista que entrevista, ou seja, perder a curiosidade típica do leitor comum” (SCALZO, 2011, p. 55). Também de acordo com a autora, o jornalista é um especialista em generalidade, “A especialização, na profissão de jornalista, divide opiniões. O jornalista é, por princípio, um ‘especialista de generalidade’”.

Abramo (1988), em seu livro *A regra do jogo*, também descreve o jornalista como especialista em generalidade. “Os cursos dão muita coisa que, no fundo são apenas noções. Por isso, o jornalista ficou com fama de ser especialista em generalidades. A meu ver o curso de jornalismo deveria ser um curso de pós graduação. O ideal seria ter nas redações economistas, sociólogos ou médicos que, além do curso específico, tivessem um pós-graduação em jornalismo e aprendessem como conta as coisas e escrever com clareza.”

Já Adriano Duarte Rodrigues destaca a necessidade da formação para o jornalismo, mostrando a importância da teoria para o futuro profissional. “Cada uma das formações compreende assim outros aspectos gerais, específicos e profissionais próprios ao setor.” (RODRIGUES, 1997, p.180).

Em pesquisas realizadas por Jorge Pedro Souza, vemos a resposta ideal para os questionamentos referente ao jornalismo como um especialista em generalidade.

Se existe uma crescente especialização no campo jornalístico, quer ao nível das competências técnicas quer do conhecimento de um área especificado saber (economia, política, etc.), então as empresas jornalísticas pretendem preferencialmente licenciados em jornalismo com especialização num médium (televisão, rádio, etc.) e com pós-graduação numa dessas áreas do saber ou, inversamente, licenciados nessas áreas do saber com pós-graduação em jornalismo que contemplem uma área de especialização mediática.” (SOUSA, 1999, p. 8).

Wilson da Costa Bueno comenta em seu capítulo “Jornalismo especializado: resgatando conceitos e práticas” do livro *Jornalismo especializado no Brasil* que o jornalista especializado pensa em uma cobertura competente, com fontes qualificadas e com níveis de capacitação diferente dos demais profissionais, sendo jornalistas ou não. “O jornalismo especializado pressupõe uma área de cobertura circunscrita a uma temática, um discurso ‘especializado’, fontes qualificadas e um nível de capacitação diferenciada dos profissionais”. (BUENO, 2015, p. 282-283).

Bueno (2015) ainda cita que essa área do jornalismo não deve ficar limitada apenas a especialistas, mas qualificar pessoas para determinada cobertura, informações, análises e etc. “Essa modalidade do jornalismo não pode permanecer limitada aos especialistas, ainda que eles contribuam para qualificar a cobertura, fornecendo informações, elaborando análises sobre temas específicos de sua competência”. (IBID, p. 284).

É interessante dizer que em uma reportagem especializada, não é bom ter apenas monofontes, e sim, diversas fontes, resultando em um olhar mais especializado do assunto, levando informações completas sobre o tema a ser abordado.

Investir na pluralidade das fontes representa esforços importantes no sentido de oxigenar as pautas, impedido que sejam sufocadas pelo tom categórico, arrogante, de determinadas fontes que se julgam donas da verdade e que, a princípio, gostariam de estar sozinhas em certas reportagens para não ter que dividir com seus pares a protagonismo das matérias jornalísticas. (BUENO, 2015, p. 289).

Bueno também comenta que o jornalismo especializado autêntico articula e corteja as informações, e não apenas descrever as falas.

Fernandes (2017), mostra quatro etapas no jornalismo especializado, 1º Foco; 2º Aprofundamento; 3º Linguagem diferenciada e o 4º Profissionais especializado.

Para o jornalismo especializado, são indispensáveis os seguintes fatores: conhecimento aprofundado dos temas definidos em pauta, recursos a fonte fidedignas; uso de um discurso permeado por conceito e termos técnicos; e capacitação dos profissionais de imprensa.” (IBID, p.9).

Para Fernandes (2017), o jornalismo especializado existe diversos fatores para se tornar uma reportagem especializada: o 1º passo é o foco, ou seja, a pauta; em 2º o aprofundamento; 3º linguagem diferenciada e em 4º profissional especializado, são esses os fatores importantes para que as reportagens sejam completas.

Referente a especialização:

A especialização da atividade jornalística contribui, decisivamente, para a qualificação da cobertura e se constitui em processo irreversível da afirmação da atividade jornalística e do seu compromisso com a cidadania. (BUENO, 2015, p.300).

Tavares comenta que “O jornalismo especializado deve fazer a mediação entre o saber especializado e o público das notícias.” (BUENO, 2015, apud, TAVARES, 2009).

1.1 Jornalismo de Revista

Nas revistas, é possível notar uma valorização na multiplicidade, sendo uma formação para um público específico. Nos dias atuais, existem revistas de todas as especialidades, sejam elas sobre saúde, educação, revistas masculinas, para crianças, adolescentes, sobre culinária, astronomia, celebridades, assuntos de decoração, moda, música e diversas outras.

Scalzo (2004) aponta as revistas como funções culturais complexas. “[...] as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexões, concentração e experiência de leitura” (IBID, 2004, p. 13). Algo comum de encontrar em revistas é a diversidade de informações, nessa área do jornalismo observa-se uma diminuição em notícias clássicas, consideradas quentes, e sem informações pessoais, encontra-se notícias redondas, com um aprofundamento no assunto.

O trabalho a ser apresentado é um produto, mas para a execução precisamos esclarecer e entender o Jornalismo de Revista e sua história. Elas nasceram nos séculos XVII e XVIII, com um reflexo histórico e devido ao crescimento do jornalismo, principalmente pela expansão do jornal impresso. A primeira fase que marcou a evolução das revistas foi com a explosão da tipografia na Europa e nos EUA, no século XIX. No começo, as revistas andavam ao lado da literatura, mas, no século XX, começaram com o mercado editorial.

Em 1830, as revistas começaram a se expandir, tornando um produto estratégico, ajudando com que a publicidade iniciasse sua história, tendo a possibilidade de ser produtos comercializados. No Brasil, as revistas chegaram com a Corte Portuguesa, no século XIX, sendo em Salvador, a primeira publicação. A primeira revista publicada foi uma facsimilar e teve como nome “As Variedades ou Ensaios de Literatura”, carregando o modelo de revistas estrangeiras, sendo tratados com temas cultos, sem caráter noticioso.

“As Variedades ou Ensaios de Literatura”, como assim foi produzida e publicada pelo empresário Manoel Antônio da Silva Serva, com a primeira impressão em janeiro de 1812, é considerada coleção raríssima, pelo fato de ter existido apenas três exemplares.

De acordo com o acervo da UFRB (Universidade Federal do Rocôncavo da Bahia), na opção de notas locais a revista é:

Primeira revista literária impressa no Brasil, lançada na Bahia em 1812, (antecedendo "O Patriota", da Imprensa Régia do Rio de Janeiro, editado em janeiro de 1813). Dividido em duas partes, Parte I, 30p. e Parte II, Nº II e III, 67p., símbolo maçônico na folha de rosto, vinheta de remate, arabescos. Circularam apenas três números, o último, duplo, em março de 1812, impressos pelo empresário de origem portuguesa Manoel Antônio da Silva Serva. Série documentos e estudos de história e literatura da Bahia. Inéditos e impressos.

A revista foi criada de tal maneira que foi o 2º periódico publicado na Bahia, a 1ª publicação cultural do Brasil, com índices e xerocópia.

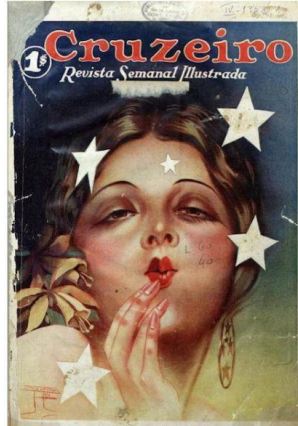
Logo após a revista “O Patriota”, que foi publicada logo em seguida, em 1827, as revistas segmentadas, fizeram parte das publicações no Brasil, sendo a revista “O Propagador das Ciências Médicas” a primeira em estilo segmentada, relacionado a assuntos de saúde, especialmente para o ramo de medicina. Com o avanço das revistas, no século XX, começaram a ser disponibilizadas edições mais completas, passando a ter imagens, ou seja, sendo revistas ilustrativas. No ano de 1928, o jornalista Assis Chateaubriand, publicou a “O Cruzeiro”, em suas primeiras edições, o nome era apenas “Cruzeiro”.

Segundo Moraes (1994), Chateaubriand, teve um episódio, que segundo o autor, antecedeu o “retumbante lançamento da revista Cruzeiro, ocorrido em dezembro de 1928”.

Por meio de amigos, soube que o jornalista português Carlos Malheiro Dias planejava lançar uma revista de circulação nacional. No meio do caminho faltava dinheiro e o lusitano começava a desistir. Ao tomar conhecimento disso, Chateaubriand quis saber quantos custearia ressuscitar o projeto, lançar a revista e indenizar Dias pelos gastos já realizados [...] com quinhentos contos de réis ele assumiria o controle integral da empresa que formalmente já existia – e que, ironicamente, mesmo não sendo dona de uma única linotipo, chama-se Empresa Gráfica Cruzeiro S.A. (IBID, 1994, p. 177).

As publicações eram semanais e com aspectos jornalísticos, com grandes reportagens, além de contos, desenhos e fotografias. De acordo com o site Super Interessante, a primeira edição da “O Cruzeiro” teve uma tiragem de 50 mil exemplares, sendo uma das revistas mais importantes do Brasil.

FIGURA 1- Capa da primeira edição da revista O Cruzeiro, que ainda se conhecia apenas como Cruzeiro



Fonte: Arquivo da internet

FIGURA 2 - Editorial da primeira edição da revista O Cruzeiro, que ainda era conhecida apenas como Cruzeiro



Fonte: Arquivo da internet

Na edição nº 2 da revista O cruzeiro, a capa trouxeram a ilustração do Rei Alberto da Bélgica, se tornando a primeira capa de personalidade.

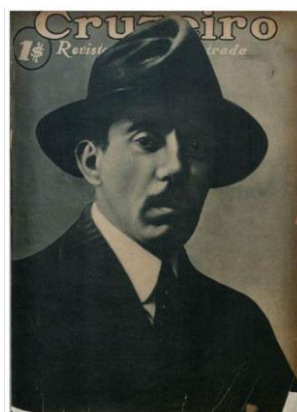
FIGURA 3 - Capa ilustrativa do Rei Alberto da Bélgica



Fonte: Arquivo da internet

Depois de quatro edições da revista, com capas ilustrativas, Chateaubriand trouxe uma proposta mais inovadora, colocando uma foto na capa da 5ª edição.

FIGURA 4 - Capa da 5ª edição da revista O Cruzeiro, sendo a primeira capa com foto. Vemos Santos Dumont.

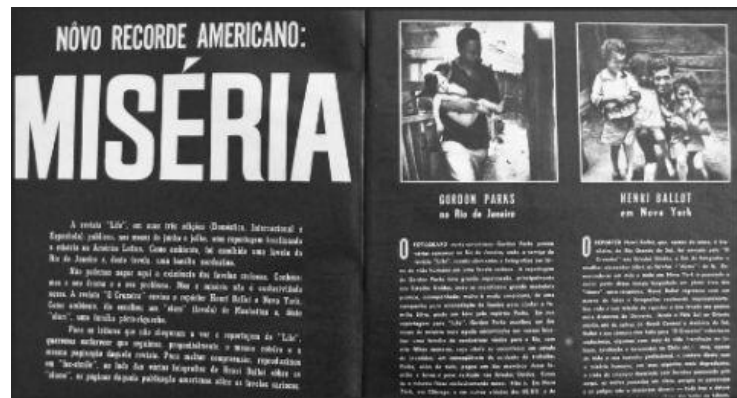


Fonte: Arquivo da internet

O Cruzeiro zelava por um padrão de reportagem, então segundo Martins: “a abertura era apresentada em página dupla, tendo a imagem em destaque absoluto,

com a foto sangrada na página ímpar; títulos de impacto, no tamanho e conteúdo, buscando quase sempre o tom sensacionalista.” (MARTINS, 2007, p.4).

FIGURA 5 - Foto de uma página diagramada da revista O Cruzeiro, edição do dia 7 de outubro de 1961



Fonte: Arquivo acervo do Globo

No começo da década de 1970, a revista O Cruzeiro vendo o seu prestígio abalado pela chegada de outra revista, O Cruzeiro fecha suas portas, isso acontece pela chegada da revista Manchete.

A revista Manchete é lançada em 1952, por Adolfo Bloch. As fotografias e ilustrações eram prioridade na revista, e tinha um público específicos, pessoas que faziam parte das cidades, o público urbano. Em sua linha editorial, encontrávamos curiosidades da cultura brasileira. E no ano de 2000, circulava a última edição da revista.

FIGURA 6 - Capa da primeira edição da revista Manchete, no dia 26 de abril de 1952



Fonte: Arquivo da internet

Em 1966, a presidente da Editora Abril, lançou a primeira edição da revista Realidade. As primeiras edições da revista tinham uma abordagem com temas polêmicos referente ao comportamento e a política. A proposta editorial era considerada ousada, pelo fato de diversas polêmicas serem tratadas. Devido aos grandes assuntos políticos que a revista informava, sofreu uma censura durante o regime militar. Um dos grandes destaques dessa revista foi a preocupação com a cobertura jornalística, dedicando totalmente a presença de reportes nos locais para acompanhar.

FIGURA 7 - Capa da revista Realidade, do ano de 1966



Fonte: Arquivo da internet

Além de todas essas revistas citadas acima, ainda temos as revistas: Capricho, que foi publicada sua primeira edição em 1952, com edições quinzenais; entre os anos de 1950 e 1960, as edições da revista História em Quadrinhos, com destaque em Mauricio de Sousa, com as histórias da Turma da Mônica; em 1959, a revista Manequim; em 1961, a revista Claudia e diversas outras com o público mais especializado.

Scalzo (2011) em seu livro “Jornalismo de revista”, conta sua experiência na revista Capricho, no qual pertence a Editora Abril. Capricho sempre foi uma revista com segmento feminino, especificamente para adolescentes e jovens daquela época. No começo a Editora Abril, deu início a uma revista de fotonovelas, no momento que o assunto estava com muita repercussão. Na década de 1950, a revista Capricho fez tanto sucesso, que chegou a vender 500 mil exemplares quinzenais, tornando líder do seu segmento.

Com as chegadas das fotonovelas na televisão, a revista Capricho, teve que passar mudanças radicais em suas edições. No ano de 1985, as edições não publicavam com frequência as fotonovelas e começou a dedicar as donas de casa jovens de nível socioeconômico baixo, passando de publicações quinzenais para mensais. Depois dessa mudança Scalzo descreve que pouco tempo depois, a revista passa por mais transformações.

Tateando em busca de seu próprio caminho, Capricho ainda publicava algumas fotonovelas, contos e romances, sem conseguir se desvencilhar totalmente da fórmula original. Assim, era alvo do mesmo preconceito que atingira as revistas de fotonovelas nas décadas anteriores: muitos pais não permitiam que suas filhas lessem aquele tipo de publicação, considerada vulgar e pouco educativa, conhecida popularmente como ‘revista de empregada doméstica. (IBID, 2011, p. 90).

Além da Revista Capricho, diversas revistas especializadas tomaram o coração dos leitores, como por exemplo a Revista Claudia, que faz parte da Editora Abril desde 1961, uma revista direcionada ao público feminino, com conteúdo sobre: casa, culinária, moda, astrologia, amor e sexo, cultura, além de ter a Vitrine Claudia, com dicas de produtos para beleza. É interessante notar que todo o conteúdo na revista é sobre mulheres e a revista Claudia sempre traz fotos de mulheres famosas na capa.

FIGURA 8 - Capa da edição do mês de fevereiro de 2020

Fonte: Arquivo da internet

Existem diversos segmentos e especialidades como revistas de notícias, tendo como exemplo as revistas *Veja*, lançada em 1968 por Victor Civita e Mino Carta, jornalistas. A revista *Veja* é semanal e trata de assuntos sobre política, economia, cultura, comportamento, tecnologia, ecologia e religião. A revista *Época* também tem como especialidade a notícia, trata-se de publicação semanalmente, lançada em 1998 pela editora Globo e com uma diagramação baseada na revista alemã *Focus*, com uso de imagens, gráficos e reportagens direcionada a política, economia e saúde.

Outro tipo de especialidade é as revistas sobre pessoas com projeção nacional, com destaque na revista *Caras*, com publicações semanais a revista faz parte da Editora Abril e traz em suas edições a vida das celebridades, já a revista *IstoÉ Gente* é uma revista brasileira com cobertura da vida das celebridades além de editorias com críticas dos principais filmes em cartazes, lançada em 1999 pela Editora Três.

Outros segmentos de revistas especializadas: decoração, música, economia, arte e cultura, científicas, beleza e estética, turismo, carros, esporte, religiosas, sobre ecologia e informática.

Um dos passos importantes para fazer com que determinada revista exista é o projeto gráfico, ou seja, é a hora de formar um conceito editorial para a revista. No projeto além da diagramação, que compõe de colunas, gráficos, tipografia, imagens e fotografia, sendo então o designer da revista, o formato da revista também faz parte do projeto gráfico, sendo sua espessura, acabamento e o modo de encadernação. De

acordo com o livro 'A revista e o seu jornalismo', "O design não é a etapa final do processo de edição; ele perpassa as várias fases de produção e exige que os membros da equipe ponderem sobre os recursos verbais e visuais que possam melhor reportar um conteúdo." (TAVARES, SCHWAAB, 2013, p. 208). Traduzindo ao certo "O projeto gráfico é constituído pelo formato da revista." (IBID, p. 209).

Para entender sobre cada processo que compõe o projeto gráfico:

"A tipografia configura materialmente a identidade da revista e contribui para a construção de uma hierarquia e unidade visual em seus textos." (TAVARES, SCHWAAB, 2013, p. 213). De acordo com a *Association Typographique Internationale*, podem ser considerados, tipografias como romanos, manuais, manuscritos, lineares, incisos, góticos e latinos (Niemeyer, 2003). Existem também padrões diferentes, como fontes em estilo bold, extrabold, light, book. Além das escritas a tipografia enquadra no modo em que estará apresentada, sendo considerado como alinhamentos, tendo a possibilidade de alinhamento à esquerda; alinhamento à direita, centralizado; justificado e pelo contorno da imagem. "Uma família tipográfica, por sua vez, contempla um grupo de fontes com especificidades e características similares em seu desenho, abarcando as possíveis variações de peso, corpo e largura." (LUPTON, 2006, apud, NIEMEYER, 2003).

Outra etapa do projeto gráfico são as imagens, a jornalista Linda Ellerbee diz:

Imagens são diferentes de palavras, assim como os cheiros diferente dos sons. As palavras apelam mais ao intelecto, as imagens às emoções. Quais são as melhores fotos de um desastre de avião? Uma meia dependurada num galho de árvore ou uma boneca com o rosto quebrado. Elas dizem mais do que palavras – mais ainda do que fotos de corpos dentro de sacos sendo carregados morro abaixo. (ELLERBEE apud WHITE, p.143).

Existem diversas maneiras de usar as imagens e elas podem ser documentais, recortadas, casuais, recortadas ou manipuladas, ilustradas, com diferentes formas. Faz parte dessa etapa, fotografias, ilustrações e infográficos, fazendo com que complete o assunto a ser tratado. As imagens podem ser utilizadas de diversas formas e que existem algumas técnicas a ser utilizada, como o arranjo geométrico; unidas pelas margens e unidade sobreposta.

Além da tipografia e imagens, existem as cores, infográficos e todos os detalhes que compõe a diagramação de uma revista, seja ela os boxes e fios; sumário; citação entre aspas; capitulares; capa e diversos outros detalhes.

Outro detalhe importante para a formação de uma revista é a logotipo, Scalzo em seu livro 'Jornalismo de revista', ressalta a importância para uma revista; "O logotipo da revista também é fundamental, principalmente quando ela é conhecida e já detém uma imagem de credibilidade junto ao público." É pela logo que as revistas ficam conhecidas e passam uma maior credibilidade para o leitor. "Afinal, quando você vê na banca duas revistas com a mesma notícia na capa, você compra aquela no qual confia mais." (IBID, 2011, p. 63).

Existem também os gêneros jornalísticos, sendo as: reportagens factuais; a suíte; reportagem especial; entrevista pingue-pongue; perfil; matérias opinativas; editoriais; artigos e diversos outros gêneros. Em revistas os gêneros menos utilizados são as reportagens factuais e a suíte, afinal, elas são assuntos do momento e que precisa ser publicada com rapidez, e no caso de revistas, o tempo de construção podem chegar a meses para o resultado final.

No livro "A arte de escrever bem"; a explicação do gênero jornalístico 'suíte' é:

Nome das matérias que são sequências de outras. Elas trazem as consequências da primeira, desdobramento, descobertas e repercussão pública... As suítes atualizam a notícia, mas também relembram o fato original. (SQUARISI; SALVADOR, 2022, p. 72-73).

Nas revistas, encontram-se muitas reportagens especiais, um gênero jornalístico com muitos detalhes e informação. A reportagem especial visa por um texto mais elaborado, diferente do dia a dia, esse estilo de reportagem pode chegar a ficar pronta a meses do fato ocorrido e é considerada uma reportagem mais investigativa, preocupando-se com cada detalhe. Outro gênero comum de encontrar em revistas é o Perfil, que tratam da personalidade da pessoa entrevistada, suas falas e sua emoção. Há diversos gêneros para completar uma revista e é nesse caminho que foi trilhado neste trabalho, com o foco no gênero perfil e reportagens especiais.

Revistas são documentos importantes para a história da sociedade, afinal, muitas delas relatam momentos importantes para a sociedade e o mundo, são motivos

de estudos e de aprendizado, com uma longa duração de vida, por muitas vezes é até colecionáveis, fazendo com que passe de geração em geração.

Uma ótima opção para relatar histórias de pessoas e povos esquecidos, trago uma revista para comemorar os 10 anos da Missão UNIVIDA, com o intuito de mostrar e ensinar cultura indígena e dar voz a eles.

2. Missão UNIVIDA

A Missão UNIVIDA é uma Associação Humanitária Universitários em Defesa da Vida, fundada pelo Padre Eduardo Lima, no ano de 2012, na Diocese de Jales. De acordo com o site oficial da UNIVIDA, a missão é:

Promover ações de saúde e de melhoria da qualidade de vida para indígenas da Reserva de Dourados/MS, para a população indígenas da Amazônia e em regiões urbanas periféricas, por meio do trabalho voluntário de jovens universitários, na intenção de sensibilizá-los socialmente, humaniza-los para a sua prática profissional e levar atendimentos humanitários a população esquecida.

A missão tem como visão:

Humanizar os futuros profissionais; levar atendimento humanitário, realizados por universitários, com supervisão de professores e profissionais, dentistas, médicos, psicólogos, fisioterapeutas, engenheiros, jornalistas, publicitários, entre outros, para os menos favorecidos, principalmente para a população indígena.

Em 2022, a missão comemora os seus 10 anos de UNIVIDA, sendo no mês de julho, a realização da 11ª Missão UNIVIDA, em Dourados/MS. Pelo fato de ser uma comemoração especial para a UNIVIDA, a ideia de uma revista é o produto ideal para deixarmos marcando os 10 anos de sua existência.

3. Descrição do Produto

Para a produção da Revista UNIVIDA, participei da 11ª Missão UNIVIDA realizada entre os dias 8 e 15 de julho de 2022, nas aldeias indígenas de Dourados/MS. Buscando retratar a importância da missão na vida dos universitários, a revista traz reportagens que abordam a vida dos universitários; profissionais e na vida dos indígenas que recebem o atendimento.

Com o nome Revista UNIVIDA, a revista traz para os leitores a experiência dessa aventura que é estar presente nas aldeias indígenas em missão, além de mostrar toda a história do projeto que começou no ano de 2012, com poucos alunos de odontologia, uma professora e o responsável Padre Eduardo Lima.

Na primeira reportagem, é retratada toda a história da missão UNIVIDA e a preparação até chegar o momento de encontro com os irmãos originários. Para esse espaço, entrevistei o presidente da missão, Padre Eduardo Lima que é o fundador. Além de toda a história, contei a diferença de todas as missões – UNIVIDA em Dourados/ UNIVIDA no Amazonas e a Missão Urbana.

A Revista UNIVIDA também conta com um espaço de fotos, como editoria “Seção Galeria”, trazendo um momento nostálgico com diversas fotos de todas as missões, retratei a Missão Mosa (1ª Missão); Missão Guarani Kaiwoa (2ª Missão); Missão Ekó (3ª Missão); e as diversas Missões UNIVIDA de Dourados e no Amazonas, além de fotos da Missão Urbana que foi realizada na cidade de Jales. Para esse espaço, realizei pesquisas nos arquivos disponibilizados no Facebook, com pastas de cada missão.

Além da história, achei a necessidade de compartilhar com os leitores, a cultura indígena. Para isso, conversei com a indígena Rosi que faz parte de uma família tradicional. Rosi é artesã, da etnia Guarani-Kaiowá e moradora da aldeia Bororo. A entrevista foi realizada via WhatsApp.

Durante a Missão UNIVIDA tive a oportunidade de conhecer o Cacique Ramão (Etnia Terena) que é o responsável por uma das aldeias que a missão é realizada. para esse espaço na revista realizei a editoria de “Agradecimento!” e para a realização desta reportagem entrevistei pessoalmente o Cacique no dia 14 de julho, penúltimo dia de missão.

A seção “Você sabia?” foi pensada para trazer a curiosidade sobre as eleições de cacique, palavras em Guarani com os significados e mostrar por dentro de uma

Casa de Reza, conhecida por nós como OCA. Foi realizado com ajuda de diversos indígenas.

Com um aspecto humanizado disponibilizei vários momentos de depoimentos em toda a revista, realizei formulários e disponibilizei no grupo de WhatsApp referente a missão em que participei a 11ª Missão UNIVIDA. Ao total, forneceram depoimentos, seis universitários e três profissionais que participaram da Missão. Ao total, responderam ao questionário seis universitários e três profissionais. No formulário as perguntas foram: nome; grau de escolaridade e área de formação; qual a sensação de participar da 11ª Missão UNIVIDA em Dourados/MS; deixe o seu depoimento e para finalizar; deixe sua mensagem sobre a Missão. Juntamente com esses espaços disponibilizei “Seção Galeria” com fotos de minha autoria.

Para o miolo da revista e reportagem de capa, escrevi o meu “Diário de Missão”, relatando todos os momentos que vivenciei durante todos os dias de missão, iniciando com o embarque até o momento de chegada de todos os voluntários. Todas as fotos presentes nessa parte são de minha autoria.

Entrevistas com alguns voluntários também foram realizadas, todos via WhatsApp. A editoria “Servir!” é uma reportagem com o enfermeiro Adler que parte da organização da Missão, retratando para nós todos os desafios e alegrias de sua missão que começou no ano de 2017 e demonstrando a sua paixão por saúde indígena.

Com editoria “Coragem!” trago para os leitores a experiência do universitário de fisioterapia Matheus de Carvalho. Na editoria “Relato!” trago a história do voluntário e universitário Élliton Queiroz e do advogado Leandro Faria. Na editoria “Voluntário!” conto a história de um voluntário indígena, Jander de Moraes Santos, retratando sua história com a Missão e os desafios que enfrenta por ser indígena.

Na 11ª Missão UNIVIDA, alguns voluntários tiveram a oportunidade de ir até as terras de Amambai que está em conflito, para essa editoria, entrevistei a enfermeira e estudante de medicina Carol Sabino que contou todas as experiências dela nesta missão “especial”.

E para o encerramento da revista, foi realizado depoimentos de universitários disponibilizados pelas redes sociais, especificamente no Instagram; ao todo foram disponibilizados 13 depoimentos. E o artigo por autoria do Padre Eduardo Lima.

3.1 Projeto Gráfico

Fontes:

- Manchete: Microsoft Tai Le Bold; tamanho 20
- Linha Fina: Minion Pro *Italic*; tamanho 13
- Colunas/Reportagem: Liberation Serif Regular; tamanho 12
- Numeração das páginas: Microsoft Tai Le Regular; tamanho 20

Para as manchetes a escolha foi de uma fonte mais arredondada e bold para dar destaque.

Figura 9 – Print da manchete da Revista UNIVIDA



Cultura indígena: Artesanato e Grafismo

A manchete é exibida em uma fonte bold e arredondada, com uma linha decorativa de pequenos losangos em tons de marrom e dourado logo abaixo.

Na linha fina a escolha também de uma fonte arredondada para manter o padrão das manchetes e com *italic* para chamar a atenção do leitor.

Figura 10 – Print da linha fina da Revista UNIVIDA



“*Antes do Brasil da Coroa, existia o Brasil do Cocar*”, diz Rosi

A linha fina é exibida em uma fonte arredondada e itálica, com uma linha decorativa de pequenos losangos em tons de marrom e dourado logo abaixo.

Analisando as manchetes e a linha fina, o resultado final é:

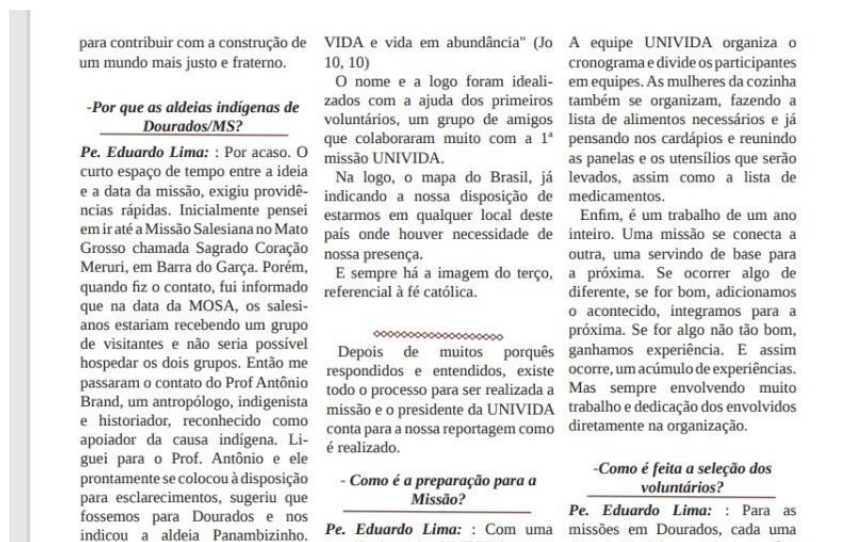
Figura 11 – Print da manchete e linha fina da Revista UNIVIDA

Cultura indígena: Artesanato e Grafismo

“Antes do Brasil da Coroa, existia o Brasil do Cocar”, diz Rosi

Pelo fato do projeto gráfico ser em três colunas, a escolha da fonte foi com serifas, para facilitar a leitura das reportagens.

Figura 12 – Print das colunas da Revista UNIVIDA



Em algumas reportagens existem subtítulos a fonte é Liberation Serif bold e *italic*; tamanho 12, como mostra acima.

Para as Editorias a fonte utilizada foi DK Longreach, no tamanho 36, com apenas a contorno, em algumas páginas a cor branca e em outras terracota.

Figura 14 – Print das editorias da Revista UNIVIDA



Figura 15 – Print de uma página com todas as fontes Revista UNIVIDA



Elementos Gráficos:

- Fios
- Bordas de fotos
- Fotos com sombreados
- Box

- Olho

Todos os elementos gráficos representam os irmãos originários, um fio na cor terra cota embaixo da manchete para remeter o grafismo indígena. Com espessura de 5pt

Figura 16 – Print dos fios presente na Revista UNIVIDA



Para dar um destaque nas editorias adicionei um fio na cor branca com a espessura de 4pt. E nas páginas brancas um fio cor terracota com espessura de 4pt. Conformes figuras.

Para dar destaques nas imagens, uma borda verde com espessura de 5pt. E em algumas com sombreado, ambas para dar a impressão de galeria.

Figura 17 – Print dos detalhes em fotos, sombreadamentos e molduras





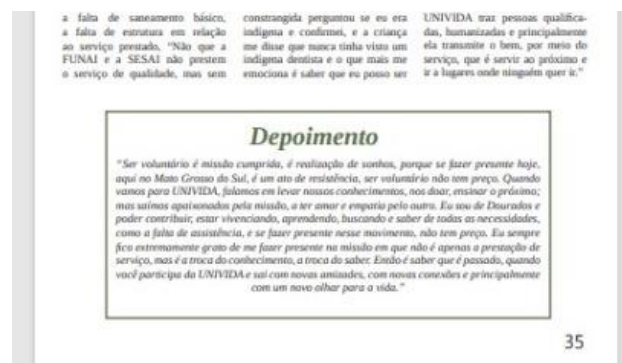
Para um aspecto mais juvenil e mostrando alguns traços indígenas, a seção de depoimentos referentes ao Instagram remeteu ao quadro do Instagram e as bordas com traços de grafismo indígena no tom verde (Figura 18).

Figura 18 – Print de um modelo de Box da Revista UNIVIDA



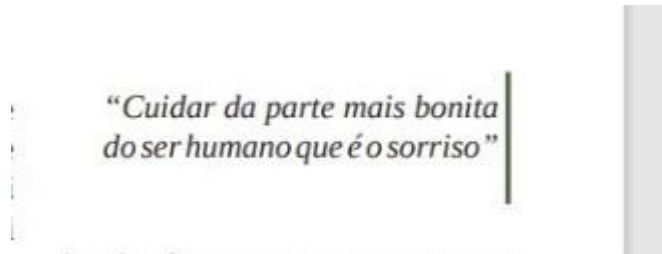
Box para dar ênfase nos depoimentos e mensagens da 11ª Missão UNIVIDA em Dourados/MS.

Figura 19 – Print de um modelo de Box da Revista UNIVIDA



Para o Olho utilizei pequenas frases com um fio na cor verde musgo remetendo a natureza. A fonte utilizada foi: Liberation Serif *Italic*.

Figura 20 – Print do modelo de Olho da Revista UNIVIDA



A paleta de cores foi escolhida pensando nos elementos da natureza; a terra e os verdes da mãe natureza.

Figura 21 – Paleta de cores utilizadas na Revista UNIVIDA



Para a logo algo para destacar; usei o tom amarelo para lembrar o logo da Missão UNIVIDA que tem presente o amarelo. Fonte: Cambria.

Figura 22 – Logo da Revista UNIVIDA



4 – Especificações técnicas

4.1 Equipamento

Câmera – Câmera Digital Profissional Canon Eos Rbel T6 – Apoio Diocese de Jales.

Computador – Notebook Positivo

4.2 Custo Geral

Impressão da Revista – R\$840,00

4.3 Programa Usado

Edição da capa – Adobe Photoshop

Diagramação da revista – Adobe InDesign

4.4 Formas de Apresentação

Impressão digital – Gráfica A Moderna

Tiragem – 20 exemplares

4.5 Especificações da Revista

Público-Alvo: Universitários, bem como qualquer pessoa que tenha interesse na Missão UNIVIDA

Tamanho – 21,59 x 27,94 cm

Tipo de Capa – Papel Couchê 170g

Tipo de papel miolo – Papel Couchê 150g.

Quantidade de páginas – 44

Considerações Finais

A realização deste Projeto Experimental justifica-se devido à falta de conhecimento com os irmãos originários, sobre sua cultura, desafios enfrentados pela sociedade e o preconceito por serem indígenas e protetores da natureza.

Conhecer mais a fundo a Missão UNIVIDA contribui no aprendizado da história desse povo e o dia-a-dia dos universitários que participam da Missão em busca de contribuir e também a aprender.

O objetivo da Revista UNIVIDA é mostrar para a sociedade a importância da Missão UNIVIDA sob um ponto de vista humanizado e isso foi feito por meio do processo de reportagem que buscou ouvir cada indivíduo envolvido com a Missão.

Vilas Boas (1996) fala sobre a singularidade das revistas que têm como principal característica o texto elegante, mais refinado e um aspecto gráfico mais atrativo. Por essas características, a revista é um produto jornalístico que se torna algo colecionável. Afinal, quem nunca guardou uma revista preferida? Por conta dessas características, como jornalista, acredito que as revistas mantêm seu prestígio entre os leitores, mesmo em uma época marcada pela massificação de informação difundida por meios digitais.

No caso da Revista UNIVIDA, a publicação pode ser guardada e se tornar uma futura referência de estudo para universitários e profissionais de todas as áreas que tenham como interesse a Missão UNIVIDA, bem como em conhecer a cultura indígena.

REFERÊNCIAS

BOAS, Sergio Vilas. **O estilo magazine: o texto em revista**. Summus Editorial, 1996.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo especializado: resgatando conceitos e práticas. **Jornalismo especializado no Brasil: teoria, prática e ensino. Metodista: São Paulo**, p. 280-301, 2015.

FREDERICO DE MELLO, B. Tavares; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Penso Editora, 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. Editora contexto, 2003.

SQUARISI, Dad; SALVADOR, Arlete. **A arte de escrever bem**. Editora Contexto, 2020.

WHITE, Jan V. **Edição e Design: para designers, diretores de arte e editores: o guia clássico para ganhar leitores**. JSN, 2006.

Teses e dissertações:

DE ARAÚJO ABIAHY, Ana Carolina. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**.

SCHWAA, REGES TONI; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista**. *Galáxia*, n. 18, p. 180-193, 2009.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado. In: **VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. 2007.

APÊNDICE

10 anos de história com os povos originários

No ano de 2012 uma linda história começa a ser trilhada por um padre novo, mas que sentia o desejo de ser missionário. O responsável por essa jornada é o Pe. Eduardo Lima, que na época estava fazendo pastoral na cidade de Santa Fé do Sul/SP, parte da Diocese de Jales, e ele conta para nós todos os detalhes do início da existência da Missão UNIVIDA.

Início da Missão

Em 2012, fui transferido de Ilha Solteira para Santa Fé do Sul. Quando estava em Ilha Solteira já fazia um trabalho com os universitários da UNESP, celebrava a missa universitária às 23h00 que envolvia um grupo expressivo.

Em minha nova paróquia, decidi continuar com este trabalho de evangelização no meio acadêmico e agendei uma entrevista com a diretora da FUNEC, professora Dra Sâmira Âmbar Lins, para apresentar uma proposta de trabalho com os estudantes da instituição. Lá chegando, estava aguardando também, a profª Ivana Maria Esteves Maciel, do curso de Odontologia, que também tinha uma proposta.

Dra Sâmira nos recebeu no mesmo horário, nos apresentou, pois havia a mesma intenção de trabalho. A partir desta reunião inicial, desenvolveu-se uma atividade concreta para a Campanha da Fraternidade de 2012, cujo tema era Fraternidade e Saúde Pública e tinha como objetivo a reflexão sobre a realidade da saúde no Brasil relevando o espírito fraterno e comunitário das pessoas na atenção dos enfermos e mobilizar por melhoria no sistema público de saúde.

Reunimos alunos do curso de Odontologia, voluntários, divididos em equipes, que visitavam residências da cidade. A cada semana, um bairro era visitado. Oferecia-se oportunidade de escuta, consultas odontológicas preventivas, encaminhamentos para tratamento na faculdade e muita interação com as famílias.

As visitas eram acompanhadas pela Profª Ivana e por mim. O projeto foi muito bem aceito pelos alunos e então propus darmos prosseguimento àquela experiência, com uma missão humanitária, um sonho que eu acalentava desde o tempo de seminarista.

Em julho daquele ano, com este grupo de alunos, mais a profª Ivana e eu, 19 pessoas ao todo, partimos para a 1ª missão humanitária, denominada de MOSA: Missão Odontológica Santa Apolônia, que seria a precursora da UNIVIDA.

Foram 10 dias acampados na aldeia Panambizinho. Fazíamos de tudo, da alimentação aos atendimentos. Tudo era novidade. Levamos um trailer com consultório odontológico onde se realizavam as cirurgias e os demais atendimentos eram realizados da maneira que ainda são realizados hoje, com os pacientes apoiados no corpo dos voluntários e também realizados durante as visitas.

Passada a estranheza inicial e a desconfiança, o pessoal da aldeia foi se achegando. E houve momentos de grande significado e que marcaram a missão, como a participação da formatura da 1ª turma de segundo grau, daquela escola. Um acontecimento. E daí não paramos mais.

Para entendermos mais sobre a missão:

Porque com os povos originários?

Pe. Eduardo Lima: Porque são excluídos, diminuídos de sua importância, são tantos e tão amorosos, afáveis, acolhedores e precisam de quem os defenda.

Porque com universitários?

Pe. Eduardo Lima: Porque são jovens, idealistas, entusiasmados e estão em processo de formação profissional. Momento de sensibiliza-los socialmente para que com a experiência adquirida nas missões, sejam profissionais responsáveis, humanizados, prontos para contribuir com a construção de um mundo mais justo e fraterno.

Porque as aldeias indígenas de Dourados/MS?

Pe. Eduardo Lima: Por acaso. O curto espaço de tempo entre a ideia e a data da missão, exigiu providências rápidas. Inicialmente pensei em ir até a Missão Salesiana no Mato Grosso chamada SAGRADO CORAÇÃO MERURI, em Barra do Garça. Porém, quando fiz o contato, fui informado que na data da MOSA, os salesianos estariam recebendo um grupo visitantes e não seria possível hospedar os dois grupos. Então me passaram o contato do Prof Antônio Brand, um antropólogo, indigenista e historiador, reconhecido como apoiador da causa indígena. Liguei para o prof. Antônio

e ele prontamente se colocou à disposição para esclarecimentos e sugeriu que fossemos para Dourados e nos indicou a aldeia Panambizinho. E por uma fatalidade do destino, nunca cheguei a encontra-lo pessoalmente, já que ele veio a falecer às vésperas da 1ª missão humanitária. E a partir da 3ª missão, passamos a estabelecermos dentro da Reserva Indígena de Dourados e lá estamos até hoje.

Porque o nome UNIVIDA?

Pe. Eduardo Lima: UNIVIDA - ASSOCIAÇÃO HUMANITÁRIA DE UNIVERSITÁRIOS EM DEFESA DA VIDA.

O nosso ideal é a defesa da vida em todos os seus aspectos e amplitudes, não apenas na questão biológica ... "Eu vim para que todos tenham VIDA e vida em abundância" (Jo10,10)

O nome e a logo foram idealizados com a ajuda dos primeiros voluntários, um grupo de amigos que colaboraram muito com a 1ª missão UNIVIDA.

Na logo, o mapa do Brasil, já indicando a nossa disposição de estarmos em qualquer local deste país onde houver necessidade de nossa presença.

E sempre há a imagem do terço, referencial à fé católica.

Depois de muitos porquês respondidos e entendidos, existe todo o processo para ser realizada a missão e o presidente da UNIVIDA conta para a nossa reportagem o como é realizado.

Preparação para as Missões

Pe. Eduardo Lima: Com uma reunião da equipe UNIVIDA, para a definição de data, número de vagas, as solicitações de novas parcerias e daí escrever o edital e publicá-lo em nossas redes sociais e enviá-lo para as instituições parceiras.

Recebemos as inscrições pelo site e também as listas das faculdades.

Neste meio de tempo, já estamos correndo atrás de fechar o contrato para os ônibus, buscando patrocínios, viajando à Dourados ou à região Amazônica para os contatos e autorizações com diversas autoridades e lideranças, organizando os locais de atendimento. A campanha de doações acontece simultaneamente. A equipe UNIVIDA

organiza o cronograma e divide os participantes em equipes. As mulheres da cozinha também se organizam, fazendo a lista de alimentos necessários e já pensando nos cardápios e reunindo as panelas e utensílios que serão levados. Lista de medicamentos.

Enfim, é um trabalho de ano inteiro. Uma missão se conecta a outra, uma servindo de base para a próxima. Se ocorre algo de diferente, se for bom, adicionamos o acontecido, integramos para a próxima. Se for algo não tão bom, ganhamos experiência. E assim ocorre, um acúmulo de experiências. Mas sempre envolvendo muito trabalho e dedicação dos envolvidos diretamente na organização.

Como é feita a seleção dos voluntários?

Pe. Eduardo Lima: Para as missões em Dourados, cada uma das instituições parceiras fica responsável pela seleção de seus universitários, de acordo com o número de vagas que a UNIVIDA destina a elas. Os critérios adotados por cada IES são de responsabilidade de cada uma. Ao final desse processo, é repassada a lista dos selecionados para a UNIVIDA.

Para as Missões na Amazônia, o candidato se inscreve diretamente no site, responde a um questionário e envia os documentos solicitados, um deles essencial para a possível seleção, que é a carta de recomendação do coordenador do curso que frequenta. Sem este documento, o candidato não é considerado e desclassificado da seleção. Daí eu e a equipe UNIVIDA, seguindo alguns critérios, efetuamos a seleção. Como o número de inscritos é sempre superior ao número de vagas, os critérios são bastante rígidos, inclusive considerando os prazos a serem cumpridos e que constam no edital. Para a Amazônia, a apresentação das passagens é crucial. Caso o candidato não cumpra com os requisitos, é desclassificado e é chamado o próximo da lista de suplentes.

Você sabia que existem três tipos de missão UNIVIDA, em Dourados/MS; Missão Urbana e a Missão na Amazonia; e o presidente explica a diferença.

Qual a diferença de cada missão?

Pe. Eduardo Lima: Basicamente, a questão geográfica. Os lugares mudam, mas as carências existem ao nosso redor ... temos vulnerabilidades sociais em nossas cidades que precisam do mesmo olhar e tratamento que os indígenas e os

ribeirinhos... os problemas se repetem ou se apresentam de outra forma, porém temos que ter o mesmo olhar para todos.

Os desafios para nós é que são diferentes, a imensidade dos rios amazônicos, o transporte por barcos, muitos dias navegando, dependendo do tipo de barco, dormir em redes, alimentação diferente do nosso cotidiano.

As urbanas também permanecemos alojados em escolas, comemos juntos, trabalhamos com visitas e os atendimentos não se diferem dos de Dourados.

Vimos fome em Jales ... tal qual vemos em Dourados.

Questões de abuso de drogas, tanto nas cidades como em Dourados.

Isolamento das comunidades na Amazônia.

Apesar das particularidades de cada uma, acredito que haja mais semelhanças – pelas carências, necessidades, marginalização que diferenças, essas, as que se destacam são as culturais e geográficas.

Modelo de Pauta

Repórter: Rafaela Picolo

Tema: Depoimento de um voluntário Indígena.

Histórico: Jander de Moraes Santos, pertencente ao grupo da etnia Terena é voluntário da Missão Univida desde o ano de 2018. Mais conhecido como Jander Massi ele mora nas aldeias da cidade de Dourados/MS e é universitário de Odontologia e Direito.

Encaminhamento: É interessante colocar o ponto de vista sobre a Missão Univida e saber quais os benefícios que a missão para ele e sua família e mostrar quais são os desafios referente a educação e saúde que eles sofrem.

Fontes: Jander Massi (Universitário e voluntário da missão)

Sugestão de perguntas:

Como é participar e ajudar o seu povo com a Missão Univida?

Quais os benefícios que a missão oferece?

Quais são as dificuldades que o povo indígena sofre?

Reportagem:

Fazendo a diferença: Depoimento de um voluntário indígena

“O que mais me emociona é saber que eu posso ser expiração para outras pessoas, em uma sociedade onde tem muito preconceito, muita discriminação nas comunidades indígenas.”, diz Jander

Por Rafaela Picolo

Aos 27 anos, Jander de Moraes Santos é voluntário da Missão Univida desde 2019. Algo que muitos não sabem, é que Jander Massi, assim como é conhecido, faz parte da população indígena de Dourados/MS, sendo da Etnia Terena.

Com sua primeira formação em técnico de enfermagem, Jander começou Odontologia, devido a um de seus serviços, como auxiliar de saúde bucal, vendo a necessidade de ‘cuidar’ e fazer presente na comunidade no qual faz parte. Para ele, sua formação em odontologia é importante; “Cuidar da parte mais bonita do ser humano que é o sorriso”, diz Jander. Além de estar cursando odontologia, Jander Massi passou durante o período de pandemia na UEMS (Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul) em direto, com isso ele passa por adaptação de horário, conciliando as duas graduações.

Toda a sua formação é extremamente importante, “Se fazer presente no meio dos cursos que se falam que são eratzados... para mim é vencer barreiras, é vencer preconceito, é se fazer presente onde não há oportunidades para negros e índios.” Completa.

Em sua caminhada de estudos, Jander comenta que tudo isso acontece pelo fato da desigualdade, na prestação de serviço da saúde na comunidade indígena, a falta de saneamento básico, a falta de estrutura em relação ao serviço prestado, “Não que a FUNAI e a SESAI não prestem o serviço de qualidade, mas sem essa

necessidade, essa empatia e principalmente esse cuidado, esse olhar com o outro, que para mim foi surgindo ao longo em que fui estudando e aprendendo a cuidar do próximo”, comenta.

Sua primeira experiencia com a missão foi como acadêmico e conta que a sensação de participar é 'impar', “ela foi única”, diz ele. Em um de seus primeiros atendimentos, Jander conta que o momento mais realizado para ele foi quando ele estava arrumando uma criança, para fazer um procedimento odontológico, ele disse em guarani uma palavra, “A criança olhou para mim com os olhos brilhando e meio constrangido perguntou se eu era indígena e confirmei, e a criança me disse que nunca tinha visto um indígena dentista e o que mais me emociona é saber que eu posso ser expiração para outras pessoas, em uma sociedade onde tem muito preconceito, muita discriminação nas comunidades indígenas.” relata ele.

Em meio a tantas dificuldades, a presença de todos os voluntários nas aldeias é extremamente importante, Jander diz que é realizado com todo o serviço na comunidade indígena e que a população que lá residem conta nos dedos a chegada de todos. “Para mim, mais do que ninguém é gratificante saber que a Missão Univida traz pessoas qualificadas, humanizada e principalmente transmite através do serviço, que é servir ao próximo e ir a lugares aonde ninguém quer ir”.

Depoimento ‘ser voluntario’

- “Ser voluntário é missão cumprida, é realização de sonhos, por que se fazer presente hoje, aqui no Mato Grosso do Sul é um ato de resistência, ser voluntário não tem preço. Quando vamos para Univida, falamos em levar nossos conhecimentos, nos doar, ensinar o próximo; mas saímos apaixonados pela missão, a ter amor e empatia pelo o outro. Eu sou de Dourados e poder contribuir, estar vivenciando, aprendendo, buscando e saber de todas as necessidades, como a falta de assistência, esse fazer presente nesse movimento, não tem preço. Eu sempre fico extremamente grato de se fazer presente na missão em que não é apenas a prestação de serviço, mas é a troca do conhecimento, a troca do sabe. Então é saber que é passado, quando você participa da Univida e sai com novas amizades, com novas conexões e principalmente com um novo olhar para a vida.” (Jander Masssi)
