

FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ)
XIV ENCONTRO NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO
X CICLO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE JORNALISMO
MODALIDADE DO TRABALHO: Relato de Experiência
GRUPO DE PESQUISA: PRODUÇÃO LABORATORIAL - IMPRESSOS

Planejamento Editorial e Editoração Eletrônica: uma parceria entre texto e imagem em sala de aula

Cristiane Venancio¹

E-mail: crisvenancio1@hotmail.com

Palavras-chave: Planejamento editorial, revista.

Introdução

Os bons cursos de Jornalismo do país incluem em suas grades curriculares as disciplinas práticas que, logicamente, têm o objetivo de proporcionar aos seus alunos um pouco da vivência e da experiência advindas da confecção de produtos jornalísticos. Nós, na UFRRJ, também temos esta preocupação e incluímos entre as disciplinas obrigatórias Jornalismo Impresso I (na qual os discentes aprendem as técnicas padronizadas e têm de produzir matérias isoladas); Jornalismo Impresso II (na qual há um aprofundamento destas técnicas e os alunos confeccionam uma grande reportagem ou uma série) e Planejamento Editorial (cujo objetivo é fazer os alunos planejarem e produzirem um veículo impresso). Para isto, tornou-se essencial uma parceria com o professor da disciplina de Editoração Eletrônica, com quem eles aprenderam técnicas básicas de comunicação visual e de diagramação.

Em dezembro de 2011, os alunos do 4º período de Jornalismo da UFRRJ produziram nove revistas, em grupos, sobre temas variados para as disciplinas de Planejamento Editorial e de Editoração Eletrônica. O relato a seguir resume esta experiência prático-pedagógica.

¹ Professora assistente do curso de Jornalismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Tem experiência de 15 anos de mercado, com passagem pela Agência de Notícias O Globo. Participou da equipe de criação do Jornal Extra, da Infoglobo Comunicações S/A. Atua em sala de aula e em laboratório com disciplinas do jornalismo impresso.

Planejamento Editorial

Primeiramente, em relação à produção textual, os alunos foram apresentados a técnicas básicas de edição em jornalismo impresso. Regras sobre titulação, cortes na pirâmide invertida, “enxugamento de texto”, confecção de legendas entre outros aspectos referentes ao fechamento de uma edição foram amplamente expostos, analisados e praticados pelos discentes.

O segundo passo foi desafiá-los a pensar um veículo impresso inteiro. Desde o planejamento editorial à sua execução. O instrumento escolhido foi a revista devido às suas características e possibilidades de apresentar um texto mais aprofundado e criativo. Além disso, o planejamento gráfico também poderia ser mais arrojado. Foi solicitado que o projeto fosse feito simulando uma realidade, ou seja, como se, de fato, a revista fosse publicada. O planejamento editorial foi a primeira avaliação do semestre. Os itens do planejamento foram os seguintes:

Tema – Os alunos escolheram um assunto genérico sobre o qual as matérias e reportagens deveriam orbitar. Como um veículo especializado.

Nome – O nome também foi alvo de avaliação, já que deve ser escolhido levando-se em conta aspectos como criatividade e conexão com o público-alvo.

Justificativa – Neste tópico, o pedido foi para que os alunos apresentassem explicações editoriais, como por exemplo, poucas ou nenhuma publicação semelhante num mercado onde já haja demanda. E também uma justificativa comercial, já que uma revista é um produto quase sempre vendido.

Objetivos – Aqui, a proposta era fazer os alunos pensarem quais demandas de seu público eles poderiam atender.

Público-alvo – Sexo, idade, renda, escolaridade entre outros aspectos tiveram de ser justificados de acordo com a proposta geral da revista.

Proposta de linha editorial – neste item o importante era os alunos conseguirem definir a filosofia de trabalho de suas revistas. Ou seja, um conjunto de posturas que seriam colocadas em prática durante a execução de seu trabalho. Deveriam compor esta definição itens como linguagem, diretrizes básicas da diagramação, o uso das imagens, tamanho das matérias entre outros.

Periodicidade – o mais importante aqui era fazer os alunos compreenderem a necessidade de retroalimentar o seu público com regularidade.

Editorias – cada editoria teve de ser justificada tanto em relação ao seu objetivo como em relação à proposta de linha editorial.

Proposta de capa – número de chamadas, manchete, foto ou ilustração etc. Cada componente da capa teve de ser explicado e justificado.

Pautas – cada pauta foi trabalhada com justificativa, escolha de personagens, fontes de informação e angulação.

Tentamos, com esta proposta, aproximar o aluno da realidade praticada pelo mercado editorial brasileiro. Marília Scalzo (2003, p. 61) faz uma observação que foi levada em conta neste projeto: “é o plano editorial que vai alimentar o plano de negócios e, por consequência, deve representar a visão exata da redação sobre a publicação, e sua relação com o leitor”. Segundo ela, o planejamento deve ter “os objetivos e a fórmula editorial”. Além destes itens, aspectos relevantes como o perfil dos leitores, a concorrência e “cenários futuros” também devem ser levados em conta na hora de pensar um veículo como um todo. O dinamismo e as variáveis do mercado editorial praticamente impõem aos editores que o planejamento editorial deva ser sempre revisto.

Dificuldades no percurso

A primeira dificuldade foi logo no início, quando os alunos souberam que teriam de produzir uma revista. A reação unânime foi: “não vamos conseguir”. Ultrapassada esta etapa inicial, propusemos que os grupos fizessem uma espécie de poupança para que, no final do período, pudessem imprimir a revista.

As dificuldades, na verdade, foram de diversas naturezas. Primeiramente, alguns não conseguiam ter uma mentalidade ao mesmo tempo “editorial e comercial”, já que a proposta do projeto era a criação de um veículo novo no mercado. Outro problema recorrente foi a presença constante do imediatismo nas pautas. Acreditamos que isto se deva à nossa prática docente, de vivermos mais a prática de um jornalismo voltado para o factual. A partir disso, trabalhamos mais as pautas atemporais, com profundidade e interpretação.

Outro grande problema foi a incompreensão de que o papel do jornalista é o mesmo independentemente do veículo onde este atue. Quanto a isto, Scalzo (2003) explica que quem trabalha em revista precisa imaginar-se como alguém que dá informações corretas, com o objetivo de servir, e não um ideólogo ou um defensor de causas e bandeiras. Segundo a autora, “Na maior parte do tempo, o jornalista de revista estará preocupado muito mais em prestar um serviço do que em apresentar um furo de reportagem” (SCALZO, 2003: 55). Para ela, o importante é não confundir um texto de revista com texto opinativo.

A última dificuldade que deve ser destacada foi a questão da adequação da linguagem aos próprios projetos. Isto significa que mesmo quando a proposta de revista previa um público de classe média baixa, a linguagem usada pelos alunos era formal demais, com vocabulário e construções inadequadas, inalcançáveis pelos leitores a serem atingidos.

A parceria com a disciplina de Editoração Eletrônica

Antes de a disciplina de Planejamento Editorial (PE) começar, foi iniciada uma interação com o professor de Editoração Eletrônica (EE). Chegamos à conclusão de que as primeiras avaliações de ambas as disciplinas, que ocorreram no meio do período, deveriam ser desvinculadas. Já no caso da segunda avaliação, poderíamos usar um único produto: a revista; tendo o conteúdo avaliado pela professora de PE e a forma avaliada pelo professor de EE.

Acreditamos que para atingir o resultado planejado, os alunos deveriam, portanto, conhecer as bases do discurso gráfico. Segundo SILVA, 1985:

O discurso gráfico é um conjunto de elementos visuais de um jornal, revista, livro ou tudo que é impresso. Como discurso, ele possui a qualidade de ser significável; para se compreender um jornal não é necessário ler. Então, há pelo menos duas leituras: uma gráfica e outra textual. (SILVA, 1985, p. 39)

Ressaltamos que houve também uma interação com o professor de Fotojornalismo, com troca de informações sobre a produção de imagens para a revista, mas não houve vínculo entre as avaliações. Consideramos que não seria produtivo ter um único elemento como objeto de avaliação de três disciplinas. Portanto, ficamos apenas com a proposta de unir as avaliações de PE e de EE.

A parceria entre as duas disciplinas foi muito rica, pois, pelo fato de haver um conhecimento nominal dos alunos, tratamos dos projetos individualmente. E pudemos interferir também individualmente.

Confirmamos a eficiência desta parceria a partir da afirmação de SILVA (1985) que diz que somente quando o indivíduo domina as possibilidades de união da linguagem textual e visual ele consegue produzir bem o discurso gráfico.

[...] o arranjo gráfico (layout de um produto impresso) passa a atuar como discurso; e como discurso, possui uma linguagem específica e uma rede encadeada de significação. É preciso que os planejadores gráficos tenham consciência da importância dessa linguagem e o seu poder de manipulação. (SILVA, 1985, p. 40)

Considerações finais

O resultado da parceria entre as disciplinas de texto e de imagem foi extremamente produtivo. A experiência foi pioneira no curso de Jornalismo da UFRRJ e proporcionou um desafio pedagógico para as duas áreas, principalmente, se levarmos em conta que estar matriculado na disciplina de Editoração Eletrônica implicou também o aprendizado do *software In Design*. Finalmente, para os alunos representou, além da oportunidade de aprender a fazer uma revista, em todas as etapas de produção, a ideia empreendedora de criarem suas próprias revistas, como uma empresa real.

Referências

LAGE, Nilson. Ideologia e Técnica da Notícia. Petrópolis: Vozes, 1979.

LOPES, Luiz Carlos Santos. Teoria e prática devem andar juntas. [on-line].

Disponível em:

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=367DAC002>.

SCALZO, Marília. Jornalismo de Revista. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o Planejamento Visual Gráfico na Comunicação Impressa. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

VILLAS BOAS, Sérgio. O estilo magazine: o texto em revista. São Paulo: Summus, 2000.