



A produção editorial textual da Revista *Prisma*¹

Lhaís Barbosa de CARVALHO²

Grazielle de Oliveira SILVA³

Lucas Pereira KATO⁴

Laene MUCCI DANIEL⁵

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

Este artigo aborda a produção textual da revista impressa *Prisma* e, principalmente, o trabalho de revisão e edição dos textos. Baseada na valorização de um conteúdo dinâmico para alcançar o amplo público ao qual se destina, essa revista de edição única é produzida com o intuito de abranger os campos culturais que podem representar os hábitos, pontos de vista, estilos e as preferências daqueles que se reconhecem como jovens em Viçosa (MG).

PALAVRAS-CHAVE: produção editorial; revisão textual; revista impressa.

INTRODUÇÃO

A *Prisma* é uma revista de edição única produzida por alunos do 3º período do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa (MG) para a disciplina Editoração Gráfica. Nesse projeto experimental, os alunos demonstram conhecimentos sobre produção, entrevista, fotografia, revisão e edição de matérias, diagramação, produção gráfica e design gráfico apreendidos durante a graduação.

O tema principal abordado é a multifacetada cultura na cidade de Viçosa. A revista contextualiza, a partir de suas editorias, valores culturais da cidade. Este multiculturalismo pode ser percebido pela junção das características locais com os regionalismos trazidos por jovens universitários de diversos lugares do Brasil e do mundo, dando início a uma nova cultura.

A revista *Prisma* perpassa os seguintes assuntos: ciberespaço, cinema, televisão, leitura, estilo, música, culinária, opinião e humor. Tais particularidades culturais são

¹ Trabalho submetido à categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Design Gráfico (avulso) do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de maio de 2014.

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, email: lhais.carvalho@ufv.br

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, email: grazielle.silva@ufv.br

⁴ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social, email: lucas_kato@yahoo.com.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, email: laenemucci@gmail.com.



escolhidas para, propositalmente, atrair o público leitor jovem e morador de Viçosa. Desta forma, pretende-se criar uma aproximação entre a diversidade de gostos encontrada na cidade universitária com o discurso dirigido ao público-alvo.

Em relação ao campo textual da revista, o conteúdo é decidido de acordo com a editoria que cada integrante da equipe melhor se identifica. A partir disto, a revisão das matérias busca se adequar ao tema “diversidade cultural” e se aproximar do público leitor com uma linguagem cotidiana, com períodos textuais mais curtos, com uso de metáforas, e com fontes de informação da própria cidade de Viçosa.

É produzida a identidade informacional da revista unindo criatividade, jovialidade e informação consistente aos textos. Esta preocupação em moldar o conteúdo de acordo com o interesse do público vem justamente de uma especificidade do jornalismo, que visa “colocar os indivíduos em contato com o seu mundo” (GUERRA 2003, p. 30).

Nesse sentido, a informação escrita se torna tão importante quanto a informação imagética da revista na atração para o leitor. Ela busca acrescentar novos saberes acerca de temas da afinidade dele e, conseqüentemente, aumentar a gama de conhecimento do mesmo.

OBJETIVO

Partindo da ideia de que Viçosa é um centro aglutinador de inúmeras culturas, onde pessoas de vários locais, crenças e costumes convivem, a revista *Prisma* propõe trazer um conteúdo variado que busca abranger temas culturais, com o enfoque para o contexto local. As reportagens visam apresentar, ao público, variadas percepções da composição de hábitos culturais percebidos no cenário viçosense.

É neste multiculturalismo que os textos se fundamentam, tanto em conteúdo, como em formatação. Pode ser percebido que as fontes de títulos e do corpo dos textos variam de acordo com o assunto abordado em cada editoria. Esta valorização do diverso é estrategicamente colocada ao leitor em consonância com a imagem, despertando nele uma nova sensação a cada página para que ele possa manter-se interessado do início ao fim da leitura, como explica Samara Timothy (2011):

Embora o foco das minúcias da legibilidade do texto e da clareza da informação seja muito importante, isso não deve distrair o designer do nível macro do design editorial: a integração de imagens, cores e outras



mensagens mediante um layout dinâmico e uma estrutura clara e consistente. A publicação é um objeto, com parte da frente, de trás, tamanho e forma; trata-se de uma experiência tátil com a qual a audiência interage. Cada virar de página deve proporcionar uma nova experiência, mas sem perder a conexão visual, emocional e conceitual com as páginas anteriores e posteriores. (TIMOTHY, 2011, p. 59).

A revisão do conteúdo escrito tem o intuito de criar o elo entre a identidade visual e a textual com base nos gêneros jornalísticos aprendidos pelos estudantes durante o Curso. Deste modo, a compreensão do leitor é facilitada, ao mesmo tempo em que a informação demonstra as diversas manifestações culturais da cidade por meio das palavras.

JUSTIFICATIVA

A narrativa é o instrumento pelo qual argumentamos e utilizamos estratégias linguísticas para dar significação às coisas. Seguindo este princípio, o discurso jornalístico possui uma organização estrutural que o diferencia de outras narrativas, tendo seus próprios valores, jogos de palavras e de sentidos, tamanhos, conteúdos e formatos. A linguagem jornalística se apresenta atrelada ao interesse de obter visibilidade, e, para tanto, utiliza técnicas específicas; segundo Luiz Gonzaga Motta (2007):

Os discursos narrativos midiáticos se constroem através de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem a operações e opções (modos) linguísticas e extralinguísticas para realizar certas intenções e objetivos. A organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória, portanto. (...) Assim, a comunicação narrativa pressupõe uma estratégia textual que interfere na organização do discurso e que o estrutura na forma de sequências encadeadas. Pressupõe também uma retórica que realiza a finalidade desejada. (MOTTA, 2007, p. 02 e 03).

Na *Revista Prisma*, optamos pela manutenção de uma abordagem clara e direta dos assuntos. Também atentamos, na revisão, para o diálogo entre texto e imagem em cada página. O discurso apresentado está em consonância direta com o visual, demonstrando a liberdade e a fluidez da diagramação. Os parágrafos curtos possibilitam um maior aproveitamento dos espaços em branco; sendo assim, os períodos podem ser blocados, as imagens antepostas, e o layout de cada página exibir inovação e irreverência ao leitor.

Esta editoração gráfica e textual busca na multiplicidade de cores, de fontes e de formas geométricas aproximar-se do público. A beleza da composição, a imponência de imagens e as frases de efeito são o exemplo disso.



Figura 1: Matéria da pauta de Música presente na Editoria “Compasso”

A escolha das palavras é um recurso tático no texto jornalístico. O discurso busca estimular no público o lado subjetivo trazendo-lhe sensações e emoções. Desta forma, o autor se ausenta na intenção de criar um ambiente agradável, onde os fatos, simplesmente, acontecem para o leitor, como ressalta, ainda, Luiz Gonzaga Motta (2007):

Assim, o jornalista opera constantemente um processo de subjetivação do real. O jornalista é, por natureza, um narrador discreto. Utiliza recursos de linguagem que procuram camuflar seu papel como narrador, apagar a sua mediação. Faz os fatos surgirem no horizonte como se estivessem falando por si próprios. (MOTTA, 2007, p.8)

Considerando que o tratamento textual de uma revista difere-se do de um jornal, já que “as revistas podem ter mais tempo para extrapolações analíticas do fato, produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário”, como afirma Sérgio Vilas Boas *apud* Patrícia Ceolin Nascimento (2002), as matérias da revista *Prisma* foram trabalhadas sob o aspecto da leveza e inconstância do cotidiano jovem.



A narrativa da revista gera este ideal de proximidade e, ao mesmo tempo, de ausência para com o leitor no intuito de que ele identifique nos textos a sua realidade e reconheça os temas jovens e as fontes locais. Ela também reafirma o seu caráter inovador pelas cores, pelas formas, e pelo conteúdo dinâmico e criativo, além de utilizar as frases, os títulos e os textos como ferramenta de atração visual e linguística.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista *Prisma* aborda, sob uma ótica ampla, a cultura na cidade de Viçosa. As matérias são pensadas de modo que assuntos culturais nacionais e internacionais possam dialogar com os hábitos e os pontos de vista das fontes entrevistadas na cidade, bem como com a opinião dos próprios alunos produtores da revista, que também são moradores de Viçosa. A equipe da revista é composta por 18 integrantes, sendo estes alunos do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV.

A produção editorial é iniciada com um *brainstorm* nas primeiras reuniões, quando decidimos a temática contemplada, as pautas das matérias, as possíveis fotografias e ilustrações para os textos, e os subgrupos de alunos responsáveis por cada editoria do produto, sendo elas: ciberespaço, cinema e séries de TV, música e dança, literatura, estilo, gastronomia, opinião e humor. Cada uma delas traz matérias e elementos relacionados à cultura de forma geral e também as suas representações no contexto da cidade.

O *insight* para o nome do produto ocorre durante a diagramação. Encontramos, nos significados da palavra “prisma”, espaço para que o leitor possa considerar a matéria que lê do modo como desejar (sentido figurado), bem como decompor a ideia dos textos em diversas opiniões, como o prisma faz com a luz (sentido óptico).

Os textos dão “cara” à revista com a forma sucinta e a linguagem clara, e são pensados no sentido de contextualizar o leitor no universo da matéria. Estes métodos ocorrem, primeiramente, a partir da criação da carta ao leitor, que busca na ideia de processo imigratório dos universitários de Viçosa um dos possíveis contribuintes para a formação da diversidade cultural percebida na cidade. A utilização de metáforas neste texto de apresentação da revista já pretende aproximar a temática abordada nas próximas páginas ao público-alvo.



Figura 2: Carta ao leitor

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A revista *Prisma* se apresenta em única edição, com 60 páginas impressas no papel couché fosco e no formato a4. Para a criação do *design* gráfico, são utilizadas ferramentas disponíveis no aplicativo Indesign, da Adobe CS6; para a produção das artes contidas no *design* gráfico, utilizamos o Photoshop; e para editar as imagens, os programas Lightroom e Picasa3.

O corpo dos textos é padronizado, sendo utilizada a família tipográfica *Geosans*. Os títulos têm fontes diferenciadas, o que pretende evidenciar a criatividade e jovialidade do produto. Na capa, o nome da revista está grafado na fonte *Prism* e o plano de fundo apresenta várias figuras geométricas de cores diferentes para reafirmar a proposta da revista, bem como dar maior sentido ao nome da mesma.

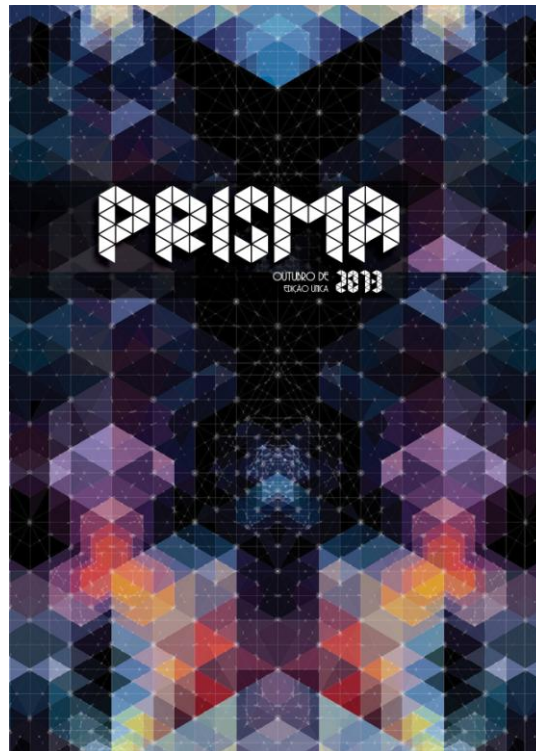


Figura 3: Capa da revista *Prisma*

Para a abertura de cada editoria, criamos um título que pode remeter o leitor ao aspecto cultural mostrado nela, bem como um subtítulo frasal lúdico ou poetizado que deixa implícito tal aspecto.



Figura 4: Apresentação das editorias de Opinião e Humor
Título: Palpite / Subtítulo: “Eu acho, tu achas, ele acha. Nós achismos.”

A narrativa dos textos caminha para situar o leitor no contexto da mensagem que queremos transmitir. Neste sentido, fazemos uso de palavras do cotidiano, de interpelações, da seleção de frases impactantes dos entrevistados para compor o “olho” das matérias, de fontes de informação residentes em Viçosa para relatar experiências as quais o próprio público-alvo pode vivenciar.

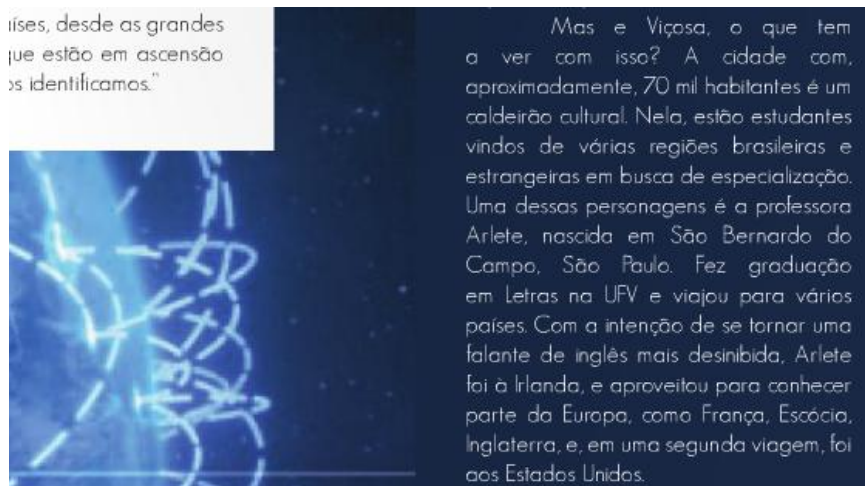


Figura 5: Fragmento de texto da editoria “Conecte”



Figura 6: Fragmento de entrevista com destaque para o “olho” da matéria

Há a valorização do embasamento histórico em alguns textos para que o conteúdo informado ultrapasse o tom simplista que o discurso de caráter mais corriqueiro pode vir a ter, além de funcionar como um argumento de autoridade para o enriquecimento cultural do leitor.



Figura 7: Contextualização histórica do texto de Cinema na editoria “Projeções”

A editoração textual também contempla a verificação de pontos fortes em uma matéria pronta, podendo ser destacados na diagramação com um novo título.



Figura 8: Parte do texto transformada em box de curiosidade, como um subtítulo

CONCLUSÃO

A editoração de texto é, para o jornalista, uma importante técnica de aprimoramento da linguagem. A construção e reformulação das narrativas, buscando



adequar o texto à realidade do público alvo, mostram a necessidade de dominar tal tática. Além disso, percebemos que em um produto jornalístico, como a revista, a ligação entre o conteúdo escrito e o visual deve ser bem elaborada, de forma que isto seja um atrativo a mais para o leitor, mantendo-o atento e interessado. Para que o produto seja apontado como inovador, nos concentramos em unir diagramação e texto.

Para isso, os parágrafos apresentam-se enxutos, podendo ser dispostos livremente pela página; as imagens preenchem o plano de fundo; os títulos são destacados e em fontes diferentes; além de as frases de efeito em “olhos” ou em destaque, que também são uma característica da publicação. A utilização de diversas cores, formas geométricas e assuntos são estratégias ligadas ao propósito da revista *Prisma*, que é o de representar o multiculturalismo de uma cidade que recebe estudantes de vários lugares todos os anos.

Diante dessa experiência, consideramos que o trabalho em equipe e o domínio de técnicas tanto textuais quanto de diagramação são necessários para o sucesso de um processo produtivo como o da *Prisma*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3ª edição. São Paulo. Martins Editora, 2007.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. Tese de doutorado (Programa de Pós-graduação em Comunicação e cultura contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico**. 14ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. Petrópolis: VOZES, p. 143-167, 2007.

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

TIMOTHY, Samara. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre; Bookman, 2011.