

## **Revista Amostra: entre a infância e o futuro do jornalismo, a potencialização da Comunicação<sup>1</sup>**

Lais Taine de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Erick Lopes de ALMEIDA<sup>3</sup>

Isabela Faria CUNHA<sup>4</sup>

Giovanna Lais de Tavares MACHADO<sup>5</sup>

Roger Alexandre Bressianini de ALMEIDA<sup>6</sup>

Lauriano Atílio BENAZZI<sup>7</sup>

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### **RESUMO**

Este trabalho consiste em projeto multidisciplinar, abrangendo o estudo do Jornalismo a outras áreas da Comunicação. Teve o objetivo de ampliar o conhecimento em técnicas de produção de textos opinativos e literários, edição e revisão, além do aprendizado de técnicas e normas para a construção de veículo de comunicação: definição de público, formas de distribuição e linguagem visual, como forma de potencializar a comunicação. A revista foi segmentada, voltada ao público jovem, 18-24 anos, londrinense, estudantes do curso de Jornalismo, como processo experimental dos estudos de mercado e o atendimento de suas especificidades. A Amostra faz parte do projeto Peroba Prosa, blog de publicações atreladas à disciplina de Técnicas de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística III.

**PALAVRAS-CHAVE:** Planejamento de mídia; marketing e jornalismo; revista segmentada; jornalismo opinativo; jornalismo literário.

### **1 INTRODUÇÃO**

Pensar numa revista que resuma um trabalho de um ano. Foi com essa ideia que a Amostra surgiu, buscando sintetizar o trabalho anual de cinco alunos do curso de Comunicação Social – Jornalismo (noturno), da Universidade Estadual de Londrina,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista customizada (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: laistaine@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: [ericklopemeida@gmail.com](mailto:ericklopemeida@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: [isabelacunhaisabela@gmail.com](mailto:isabelacunhaisabela@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: [giovannamachado92@gmail.com](mailto:giovannamachado92@gmail.com)

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: [rogerbressianini@hotmail.com](mailto:rogerbressianini@hotmail.com)

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Jornalismo, email: Lauriano.uel@gmail.com.

integrantes do projeto Peroba Prosa, blog voltado para a publicação de textos produzidos para a disciplina de Técnicas de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística III.

A intenção era colocar em distribuição de único volume, todo o conteúdo teórico – e sua aplicação prática – apreendidos em sala de aula, acrescentando conhecimentos na área da pesquisa, planejamento e organização como metodologia para o conhecimento de mercado. Determinar o público e traçar seu perfil, então traduzir, da melhor forma, todo o aprendizado em leitura prazerosa.

Debates e discussões acerca da opinião x informação, jornalismo comercial x jornalismo elaborado e humanista foram fundamentais para a compreensão do texto jornalístico e noção das técnicas profissionais de mercado. A busca por publicar o conteúdo, com prévio estudo para direcionamento de público, perfil do leitor e melhor linguagem utilizada, promoveu conhecimento em outras áreas, como marketing e publicidade, formando um projeto transdisciplinar.

Para que a revista Amostra foram selecionados 38 textos entre crônicas, artigos, colunas de opinião, resenhas e folhetins. A seleção foi realizada com base no público direcionado: jovens entre 18-24 anos, universitários, estudantes do curso de Jornalismo, da cidade de Londrina.

Portanto, a revista tem textos específicos ao público de jornalismo. Todas as resenhas remetem a um produto relacionado a esse segmento de alguma forma, além das crônicas temáticas, específicas dessa profissão, e artigos de opinião, vista pelo ângulo de quem está a caminho do mercado.

O intuito era direcionar o produto ao seu leitor/consumidor, levando em consideração o formato revista, a escolha do público, a linguagem utilizada, as formas de distribuição e também os aspectos visuais.

## **2 OBJETIVO**

Atrelada à disciplina Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística III, a Revista Amostra teve o objetivo de capacitar, através das práticas jornalísticas, alunos do 3º ano do curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade Estadual de Londrina. A produção surgiu com intuito educativo em que o processo de planejamento, desenvolvimento, edição e revisão, ampliariam o conhecimento teórico obtido em sala de aula, facilitando, dessa forma, o entendimento teórico e técnico de critérios e normas editoriais específicas para o veículo em questão.

Assim, a prática e o acompanhamento da produção, levariam à melhor compreensão na execução de textos em gêneros jornalísticos opinativos, na redação de editoriais, crônicas, críticas, artigos, além de técnicas especializadas ao jornalismo literário, enfatizando a importância da visão humanística ao profissional de jornalismo, além de proporcionar aprendizado em planejamento de veículo de comunicação, aplicando conhecimentos em linguagem visual, direcionamento de público e conceito.

### **3 JUSTIFICATIVA**

O trabalho partiu do pressuposto de que o papel do jornalista supera uma visão simplista de que cabe ao comunicador informar. Acreditamos que o jornalismo tem uma função maior e poder transformador. Mais que construir notícia objetiva e apresentar dados, o jornalismo deve construir narrativas, interpretar fatos e abrir espaço ao pensamento crítico do leitor.

José Marques de Melo (1994) distingue os gêneros jornalísticos, identifica duas vertentes no texto: a vertente da "reprodução do real" (informação) e a vertente da "leitura do real" (opinião). Com base nesta distribuição, podemos identificar que um texto opinativo é a tradução do real através da visão de quem o produz.

De acordo com Luiz Beltrão:

“Jornalismo é antes de tudo informação (...) informação, bem entendido, de fatos atuais, correntes que mereçam o interesse público (...) os fatos correntes expostos pelo jornalismo têm de ser devidamente interpretados, porquanto informação, orientação e direção são atributos essenciais do periodismo...” (BELTRÃO, Luiz. 1980).

Interpretar a realidade e traduzi-la em linguagem de fácil compreensão é uma das funções de um jornalismo que deseja afetar e mobilizar a sociedade. No entanto, um texto que busca impressionar o leitor, exige, de seu autor, técnicas e formas para que encontre o resultado esperado.

Assim, a revista Amostra surgiu no âmbito de desenvolver textos que permitissem a visão crítica de cada autor/aluno, desenvolvendo técnicas que explorassem a tradução da informação de maneira adequada, abrindo espaço às crônicas, artigos, colunas temáticas, resenhas, além da narrativa do texto literário divididos em capítulos.

No decorrer da produção da revista, surgiu a discussão pertinente sobre o jornalismo humanizado, que vai contra a corrente da informação industrial, mecânica, comercial, tão comum no jornalismo atual. O debate promoveu o compartilhamento das experiências que cada um teve ao produzir suas narrativas.

Como resultado, a revista Amostra nasceu com a intenção de tocar o leitor em várias formas, se utilizando de opinião, crítica e sensibilidade, ao mesmo tempo em que coloca em prática as técnicas expostas em aulas teóricas.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A proposta da revista Amostra foi exercer a evolução das técnicas narrativas e opinativas de texto e desenvolver planejamento para a distribuição do conteúdo em veículo digital. O exercício foi praticado durante todo o ano letivo de 2012, através do projeto Peroba Prosa ([www.perobaprosa.com](http://www.perobaprosa.com)), blog em que eram divulgadas as produções de todos os alunos matriculados na disciplina.

Inicialmente, foi ministrado o conteúdo teórico sobre os gêneros jornalísticos opinativo, baseados nas categorias de José Marque de Melo, ou seja, editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta; promovendo discussão entre as diferenças de jornalismo informativo e opinativo. Em segundo momento, foram realizados estudos que pudessem colocar em exposição, trabalhos decorrentes da análise de jornais impressos e revistas, considerando as normas de cada gênero, já discutidas em sala de aula.

Durante o processo, os alunos produziram textos de cada categoria, escolheram temas para a produção de coluna de opinião, buscando praticar a linguagem digital. Mais adiante, houve a discussão acerca do jornalismo literário e as impressões transmitidas através das narrativas dos textos jornalísticos. Para essa fase de trabalho, cada aluno ficou responsável por escolher um tema para a produção de folhetim, dividido entre quatro e seis capítulos.

Dessa forma, os alunos puderam montar o esboço da revista. A turma foi dividida, na qual cada grupo deveria editar os textos produzidos, tendo autonomia na escolha das produções, direcionamento do público, formato, planejamento gráfico e diagramação. Após discussão, a Amostra foi desenvolvida com textos de linguagem para revista, com produtos

opinativos e literários, direcionamento ao público e discussão da linguagem visual ao público definido.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A Amostra é uma revista inserida no grupo Peroba Prosa de publicações. A revista saiu com o intuito de ser de publicação única, regional, produzida **por** alunos de Jornalismo **para** alunos de mesmo curso.

A escolha do formato – revista – se atentou ao fato de que este veículo aborda temas diversos ao mesmo tempo em que fornece informações aprofundadas, usando-se da interpretação e sensibilidade, o que outros veículos, como jornais diários, não o fazem com frequência, devido ao tempo de produção.

Os temas tratados pela revista Amostra são variados e uma de suas funções é a do entretenimento. De acordo com Marília Scalzo (2004), as revistas são consideradas como fonte de informação e uma maneira de distração, além de apresentar o papel de auxílio à educação.

É comum as revistas se especializarem em um segmento, estudando o perfil de seus leitores para garantirem a sua sobrevivência, por isso, a revista Amostra traçou o projeto, buscando atender o público com textos de vários estilos: editorial, artigos, colunas, crônicas, resenhas e reportagens em formato de folhetins, além de um projeto gráfico atraente.

A Amostra contém 38 textos, entre eles: cinco resenhas de produtos ligados ao jornalismo; cinco colunas de temas variados, contendo dois textos para cada; cinco crônicas; três artigos de opinião; cinco produções em folhetins, abrangendo assuntos gerais e regionais; além das 10 crônicas específicas divididas em dois temas: infância e jornalismo.

### **5.1 – Escolha do público alvo**

O público alvo foi definido com base na pesquisa do Instituto Brasileiro de Mercados e Capitais (IBMEC), que traçou o perfil dos jovens da chamada Geração Y em relação ao mercado, e também a pesquisa da BOX1824, para o projeto Sonho Brasileiro, que atingiu resultados importantes em relação ao futuro.

As duas pesquisas revelam que os jovens, entre 18 e 24 anos, são positivos em relação ao Brasil, fazem parte de uma geração despreocupada e se arriscam mais. Por não terem passado pela ditadura e inflação, os jovens de hoje vivem em um cenário confiante e estável, dessa forma, permitem-se experimentar mais.

Os jovens também são altamente tecnológicos e comunicativos, utilizando mídias sociais com facilidade e estão sempre conectados, podendo fazer várias coisas ao mesmo tempo. Acostumados a trabalhar em rede, em grupos, os nascidos nas décadas de 80 e 90 também são mais informais que as gerações anteriores.

Embasados nessa pesquisa, encontramos um perfil de leitor para a revista Amostra, com a decisão de segmentar ainda mais o público, determinando a região e nível de escolaridade. Com esse intuito, a Amostra definiu o jovem londrinense, estudante de ensino superior, em suma, estudantes do curso de Jornalismo. Essa definição gerou produções textuais no âmbito da profissão do jornalista e abordou assuntos regionais.

Seria interesse mencionar, que a Amostra não teve o propósito de se tornar uma revista **de** Comunicação e sim, uma revista **para** os alunos de comunicação, contendo textos de linguagem menos técnica e assuntos mais leves, disponibilizando uma leitura prazerosa a esse público.

## **5.2 – Formas de Circulação**

Considerando o fator de que o jovem está cada vez mais ligado à tecnologia e mídias sociais, a Amostra ficou disponível na rede de internet, através do site Issuu (<http://issuu.com/perobaprosa/docs/amostra>). Todo o conteúdo é gratuito e a revista pode ser lida integralmente por qualquer pessoa que obter o endereço da revista. O link para a leitura foi divulgado na página do Facebook do grupo Peroba Prosa.

Além de uma ligação com os jovens, a leitura digital também é uma forma de marcar a sustentabilidade ambiental, preservando o meio ambiente e não comprometendo os recursos naturais de gerações futuras.

## **5.3 – Identidade Visual**

A visualidade da revista é bastante atrativa e colorida. Buscando uniformidade com o grupo Peroba Prosa. A intenção era criar um produto que demonstrasse paridade com o leitor. Portanto, todo seu design criativo e colorido, tentava atrair o leitor, também criativo e interessado em buscar informação.

A identidade se inicia pelo nome, Amostra, casando com o grupo Peroba Prosa. Amostra veio do sentido de única peça e que essa resume o sentido de um produto integral. Portanto, o nome representa um produto parcial de algo, uma demonstração, com a preocupação de ter qualidade suficiente para reproduzir a imagem de seu produto representado.

As cores tem presença muito forte em toda a revista. Os elementos do sistema CMYK (ciano, magenta, amarelo e preto), aparecem na capa e nos elementos estéticos que construindo a organização da revista, como ícones, grades no expediente e editorial e divisão de seção. O padrão CMYK foi escolhido por ser utilizado na impressão a cores, muito conhecida e estudada por estudantes de Jornalismo.

Além das cores, algumas imagens foram escolhidas para remeter ao site Peroba Prosa, fundos em tons e textura de madeira, relembram a marca e o site, além da imagem da capa, com galhos brancos saltando ao fundo preto.

Para a primeira seção, crônicas ligadas ao tema “jornalismo”, a imagem ao fundo é a de uma máquina datilográfica e a tipografia escolhida também se assemelha as laudas produzidas nas redações antigas. Casando conteúdo, perfil do leitor e designer.

Os textos de opinião: artigos de temas variados e colunas fixas de cada autor, foram construídos com tipografia sem serifa que, de acordo com Leange Severo Alves (1982), transmite simplicidade e elegância, além de apresentar textos ligados ao moderno e dinâmico.

Os textos de outras seções permitiam liberdade de criação gráfica, mas todos foram desenhados de forma criativa, com uso de muita imagem e muita cor, chamando atenção do leitor e promovendo uma leitura prazerosa.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Ligar dois campos de estudo da Comunicação gerou experiência nova e enriquecedora ao grupo que desenvolveu esse trabalho. O projeto tornou visível o fato de que os estudos de marketing, voltado ao leitor, potencializa a Comunicação, possibilitando direcionar conteúdo e linguagem ao público escolhido.

Dessa forma, além das discussões em torno da opinião x informação e jornalismo industrial x jornalismo humanista, que já eram suficientemente válidas para a agregação de valores ao estudante de jornalismo, a ligação multidisciplinar com o estudo de marketing,

promoveu a ampliação do olhar sobre essa área da comunicação, fazendo enxergar a importância de seus estudos e como eles podem ajudar o profissional de jornalismo.

O aprendizado das técnicas de marketing, ainda que básicos, funcionaram também como técnicas de edição e revisão, facilitando o direcionamento ao considerar a segmentação e o perfil de leitor, buscando o que esse leitor deseja obter ao adquirir o produto jornalístico.

Vale considerar também que o tema norteador da revista era também de interesse dos executores desse projeto, pois estamos inseridos no perfil de leitor escolhido. Fazer parte do público alvo e compreender as necessidades dessa geração nos fez pensar também sobre os veículos voltados a esse segmento hoje e o impacto que tem sobre o leitor, nos fazendo refletir sobre a importância da profissão que escolhemos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

LOPES, Leange Severo. Estudo **do código visual originado do código verbal na linguagem jornalística**. Semina, Londrina, vol. 12, nº3, 291 – 296, 1982.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.