



FocAia em Revista: o Processo Pedagógico Colaborativo e o Diálogo Interdisciplinar¹

Gibran Luis LACHOWSKI²

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

Leandro Gomes Wick GOMES³

Universidade Federal de Mato Grosso, Barra do Garças, MT

Resumo

O trabalho em tela analisa a produção de uma revista digital avulsa sobre economia universitária local que envolveu docentes e estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)\campus Barra do Garças. Reflete sobre o arcabouço teórico e os procedimentos usados na perspectiva de um processo democrático, de estímulo à participação e compartilhamento de saberes e orientação acadêmico-profissional englobando três disciplinas (Edição e Cobertura Jornalística, Jornalismo Especializado I e Planejamento Gráfico). O referencial teórico basou-se principalmente em Comassetto (redação jornalística), Pereira Jr (edição), Abiahy (especializado), Brum (economia) e Bergström (planejamento gráfico).

Palavras-chave: edição jornalística, jornalismo especializado, planejamento gráfico, produção, revista digital.

Introdução

Este artigo científico é uma reflexão relativa a um processo pedagógico que envolveu as dimensões técnica e de ensino do jornalismo, intercambiando três disciplinas do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), campus de Barra do Garças⁴, a saber, Edição e Cobertura Jornalística, Jornalismo Especializado I e Planejamento Gráfico. As matérias fizeram parte da matriz

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

² Professor Me. do Departamento de Comunicação Social (habilitação Jornalismo) da Unemat, e-mail: prof.gibranluis@gmail.com

³ Professor Me. do Departamento de Comunicação Social (habilitação Jornalismo) da UFMT, e-mail: leandrogomes@ufmt.br

⁴ Barra do Garças possui 56.560 pessoas (censo do IBGE\2010), como se verifica em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em: 18 abr 2012. A UFMT possui dois campi na região, sendo um em Barra do Garças (o maior) e outro no município vizinho Pontal do Araguaia, que totalizam 16 cursos de graduação e dois mestrados, divididos nas áreas de exatas e da terra, sociais e humanas, biológicas e da saúde. Disponível em: <<http://189.11.214.36/?pg=historico>>. Acesso em: 18 abr 2012.



curricular da turma do 6º semestre e o projeto foi desenvolvido no segundo semestre de 2011.

A iniciativa resultou no formato de revista digital como edição especial, inicialmente, aos estudantes universitários da cidade e região, optou-se pela divulgação *online*, por conta da possibilidade de garantir maior acessibilidade para este público e redução de um custo gráfico que poderia inviabilizar o produto jornalístico em questão⁵.

A produção do material baseou-se numa perspectiva em que os estudantes fossem responsáveis por sua concepção e experienciassem as diversas etapas do processo jornalístico, mais do que simples cumpridores de tarefas isoladas. Afinal, como aponta Marques (apud Lopes, 1989: p.34), referindo-se à relação entre teoria e prática noticiosas no ambiente universitário: “O importante (...) não é a mera demonstração de como fazer, mas de experimentação crítica dos modelos jornalísticos dominantes e criação de modelos alternativos suscetíveis de difusão social”.

As condições do diálogo interdisciplinar

Para melhor explicar o processo pedagógico em tela se expõe, de modo geral, os planos de ensino das disciplinas envolvidas. A ementa de Edição e Cobertura Jornalística buscou “capacitar o estudante a atuar em consonância com os interesses públicos (da sociedade), os ambientes organizacionais (técnicos e internos) e as correlações entre o campo jornalístico e os demais setores da realidade (com suas elaborações e pressões)” (LACHOWSKI, 2011, p.1). E isso foi feito a partir de aulas expositivas e problematizadas, elaboração de pautas e coberturas, produção e edição de textos jornalísticos.

Já a disciplina Jornalismo Especializado I concentrou-se em quatro segmentos, a saber, o econômico, o cultural, o político e o turístico, levando em conta que em Jornalismo Especializado II outros serão apresentados, debatidos e exercitados. Nesse sentido, o Especializado I, conforme sua ementa, intentou expor a conceituação geral do agir especializado em jornalismo, seja ele qual for, e, mais complexamente, que particularidades de critérios cada segmento apresenta. Isso foi feito, segundo o previsto no plano de ensino, a partir de exercícios de análise de publicações segmentadas e elaboração de produtos do tipo (LACHOWSKI, 2011, p.1-3).

⁵ A revista digital avulsa está no blog da Agência de Notícias do curso de Comunicação da UFMT\Barra do Garças, disponível em: < <http://focaia.blogspot.com.br/>> e em <http://issuu.com/leandrowick/docs/focaia_em_revista>. Acesso em: 10 abr 2012.



Em Planejamento Gráfico, o principal objetivo foi discutir e aprimorar noções estéticas de comunicação visual, enfatizando a necessidade de se pensar forma e conteúdo ao mesmo tempo, pois são interdependentes na produção de sentido. Antes de se desenvolver uma atividade prática, foi proposto um resgate histórico dos movimentos artísticos, análises de produtos jornalísticos impressos e digital (e suas diferenciações a partir do meio) e identificação dos perfis dos leitores. Como complemento, alguns tiveram sua inicialização em softwares de diagramação, especificamente Adobe InDesign CS5. A partir desse repertório, todos foram estimulados a desenvolverem um produto, tendo as premissas de um projeto gráfico.

Como a mesma turma se empenhava em um momento semelhante para pensar um produto, mesmo em disciplinas diferentes, o planejamento em conjunto entre essas três viabilizou um produto inédito, com alto grau de envolvimento de todos.

Arcabouço teórico

Detalha-se a seguir o alicerce conceitual que orientou o desenvolvimento do projeto afim de que se perceba em que bases o ensino jornalístico foi efetuado no caso em tela. Quanto à Edição e Cobertura Jornalística, parte-se do princípio de que edição é o ato de planejar dentro da concepção de projeto editorial, que pressupõe formato, periodicidade, cobertura geográfica, circulação, índice de leitura, perfil do público, mecanismos de interatividade, relação com concorrência e orçamento de um produto jornalístico (PEREIRA JR., 2006, p. 94-95). Enfim, sustenta-se em visão de conjunto, e não departamental, que avisa e previne a sociedade sobre o que pode ocorrer e lhe diz respeito (oposto à reprodução do já ocorrido).

Editar também leva em conta a capacidade de distribuição de conteúdo (mais do que tomar as mensagens em si), visto que a angulação da notícia busca orientar sua recepção, o que se faz em meio a alto índice informativo “dando peso”, valorando, escolhendo e hierarquizando dados. Afinal, a notícia é resultado de um processo etnoconstrutivista, que concebe a informação publicada como síntese de procedimentos técnicos, linha editorial, relações internas – entre marketing, comercial, postura diretiva, interesse público, competência profissional (PEREIRA JR., 2006, p.84) – e externas – pressões sociais, econômicas, políticas, culturais (GUARESCHI e BIZ, 2005).

Esse diálogo e confronto de forças exigem do jornalista-editor capacidade de atuar enquanto interlocutor da sociedade, funcionando como sua ressonância, o que



estabelece relação entre ética, reciprocidade, universalidade e contexto, tal qual se deduz do jornalismo de concepção social (KOVACH e ROSENSTIEL, 2004).

De modo mais específico, a edição se dedica a acompanhar todo o processo jornalístico, da pauta ao material veiculado, estabelecendo uma rotina produtiva que valorize o “trabalho de rua”, feito pelo repórter (KOTSCHO, 2005), a pluralidade de vozes e o interesse público. Leva-se em conta para isso, por exemplo, a contextualização de declarações, a competente apuração de informações e o encadeamento de dados. Tais orientações se aplicam pelo uso de recursos de edição distribuídos nas áreas de redação, imagens e planejamento gráfico.

Nesse âmbito, o primeiro campo deve primar pela conexão entre títulos/manchetes e primeiros parágrafos das notícias, modelo que elenca também chapéus, linhas finas, intertítulos, legendas, olhos e outros recursos, possibilitando fácil e imediata compreensão dos temas (COMASSETO, 2003). Já Pereira Jr (2006) aponta a complexidade da edição de imagens, expressa na capacidade polissêmica a partir do enquadramento inicial e no uso de mecanismos informatizados para “tratar” as cenas. E quanto à posição do editor em relação à disposição gráfica, menciona ser necessário ter consciência de que tal procedimento compreende o suporte midiático da mensagem – seu envoltório – também como informação e a partir disto representa tomada de posição e orienta leitura.

No que diz respeito à disciplina Jornalismo Especializado I, destaca-se como elemento teórico fundamental o entendimento de que a segmentação precisa destinar informações aprofundadas a públicos específicos equilibrando utilidade social e nicho mercadológico. Assim, de um lado, se evita banalização (excessiva especialização), futilização (foco em superficialidades) e jornalismo como pacote de produtos rentáveis, e, de outro, se orienta as pessoas em meio ao bombardeio informativo contemporâneo, garante-se proximidade comunicativa e identidade informativa (ABIAHY, 2002).

Considerando a questão dessa forma, pode-se compreender a reciprocidade na origem e no funcionamento do jornalismo especializado, visto que “Muito além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos (...) é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação das audiências específicas” (ABIAHY, 2002, p.5). Ao menos em tese, então, poderiam se valer da segmentação tanto conglomerados midiáticos quanto grupos sociais anti-hegemônicos, alternativos e de contestação ao *status quo*, tais quais movimentos



sociais, sindicatos, ongs e associações, por terem públicos predispostos a receber e utilizar as informações como fermento de suas ações.

Entretanto – e isto é fundamental – não se deve atribuir ao jornalismo especializado princípios que se referem ao jornalismo como um todo, entre eles a dedicada apuração da informação e a pluralidade de vozes, sob risco de institucionalizar o aprofundamento enquanto prática exclusiva do trabalho segmentado. Considera-se, ainda, assinalando a relação entre o originário e seu derivado, o dinamismo do universo noticioso, que desloca o jornalista para diversas áreas do campo comunicacional (editorias e mídias).

Corroborando com esse pensamento Ferreira, que critica o simplismo conceitual da produção segmentada de notícia e propõe uma visão calcada na busca de marcas características de cada especificidade, conectando-se com seu entorno:

O jornalismo especializado envolve muito mais a essência das ciências da comunicação, por exigir do profissional a contextualização dos fenômenos, as suas conexões, permitindo o resgate do passado para a interpretação do presente e a projeção para o futuro. (FERREIRA, 2002, p.13)

Concordando que a segmentação precisa de marcas que a caracterizem, Scalzo (2006, p.93-95) diz que o material especializado cria mecanismos para conhecer melhor o público, canais de comunicação que o acessem efetivamente e o estabelecimento de linguagem, tom e assuntos relativos ao seu universo (SCALZO, 2006, p.93-95).

E isso se dá, no plano do jornalismo econômico (cerne da revista digital avulsa citada neste artigo), pela noção de economia e de suas dimensões: produção, distribuição e consumo de bens; contenção de gastos; esforço/resultado; lógicas de funcionamento de sistemas; definição de preço e dimensão social do trabalho; setores primário, secundário, terciário e de serviços; tributações; atividades que subsidiam alimentação, vestuário, saúde, educação, cultura, lazer; relações entre poder público, poder privado, terceiro setor e minorias sociais (BRUM, 1995).

Pelas relações entre política e economia, períodos históricos e concepções de desenvolvimento nacional e internacional, necessidade cotidiana de interpretar tabelas, pesquisas e documentos numéricos similares e ofício de traduzir assuntos complexos (terminologias e lógicas fechadas), geralmente ligados à macroeconomia. Pela forte demanda utilitária da economia, tamanho o nível de repercussão direta dela nas vidas das pessoas, sobretudo a de caráter popular. E ainda, pela delicada posição de jornalistas



econômicos, não raramente impingidos direta ou indiretamente a ressaltar ou minimizar tomadas de posição do mercado e de governos, o que se dá geralmente pela ação de assessorias, especialistas, interlocutores de mandatários ou deles próprios (CALDAS, 2002).

Considerando a disciplina de Planejamento Gráfico, mesmo em se tratando de um curso de Jornalismo, cuja matéria-prima é a informação, o aspecto criativo e estético não pode ser preterido. Antes de ter acesso ao conteúdo, o leitor tem o primeiro impacto com o formato, textura, cores, tipos de letras, formas geométricas, imagens ilustrativas, fotografias. Todas essas escolhas determinam a existência da mensagem jornalística. Diante disso, mesmo o profissional da informação precisa assumir a importância artística em sua produção. Oliveira (2009) salienta sobre a necessidade básica para quem precisa trabalhar na área de design e, conseqüentemente, planejamento gráfico:

Todo trabalho que envolve criação e/ou manipulação de signos imagéticos está direta ou indiretamente ligado à linguagem artística. Isso porque a linguagem visual tem sua origem – embora com finalidade a princípio religiosa, e não estética – na história da arte. Então, toda a teoria semiótica que sustenta os trabalhos de comunicação e criação visual foi produzida a partir de estudos do acervo artístico humano. Portanto, é imprescindível aos profissionais que trabalham em áreas ligadas a propaganda, editoras, indústrias de audiovisual, indústrias têxteis, arquitetura, designer e televisão, dentre outros grupos que representam mais de um quarto das profissões no Brasil, um conhecimento mínimo de artes plásticas visuais. A qualidade do desempenho de todos esses profissionais está necessariamente relacionada ao conhecimento de arte que esses indivíduos têm. (OLIVEIRA, 2009, p.1)

A partir da disponibilidade de referencial estético, o profissional é capaz de desenvolver seu produto considerando a interdependência entre forma e conteúdo (a primeira não existe sem que haja conteúdo e esta não existirá até o momento em que toma forma). Para Bergström (2009, p. 166), “o conteúdo deve conduzir a forma e não o contrário”. Ele complementa dizendo que

o design gráfico leva o olhar do receptor para o lugar certo e o conteúdo contribui para a compreensão do receptor. A interação entre design e conteúdo é o que cria aquela primeira importante impressão, abrindo caminho para a mensagem. Design + conteúdo = mensagem. (BERGSTRÖM, 2009, p.166).



As implicações em divulgar com eficiência a mensagem jornalística devem ser previstas em seus projetos editoriais e gráficos, concomitantemente. Bacelar (1998) comenta que o principal objetivo desse projeto gráfico é determinar o *layout*, tipografia e a identidade visual. Assim que se estabelece o conteúdo a ser tratado, as questões gráficas são elencadas, considerando também o aspecto econômico e o público-alvo.

Este domínio de saberes históricos, culturais e técnicos pelos discentes foi o fundamento que tornou o projeto da Revista Digital viável, capaz de sintetizar em uma experimentação todas essas ponderações.

O processo passo a passo

O processo de confecção do material jornalístico começou em 30 de setembro de 2011 e se encerrou em meados de dezembro, com a participação de 18 estudantes (que planejaram o produto, pautaram, coletaram dados, escreveram, editaram e diagramaram). Antes da socialização da ideia com a turma de estudantes os professores que coordenaram o projeto discutiram a ideia geral, definiram incumbências e calendário básico. Em sala de aula, partindo-se da temática central (economia), por meio de roda de discussão, chegou-se ao entendimento de que se deveria concentrar esforços no ambiente universitário (economia universitária, sobretudo relativa ao estudante) e local (Barra do Garças e Pontal do Araguaia/MT⁶, cidade vizinha, também com unidades de ensino superior). Primeiro, pela maior possibilidade de se planejar e cumprir pautas. Depois, em razão da proximidade, pelo fato de se projetar uma área de interesse referenciada num público mais conhecido dos elaboradores do material jornalístico⁷, o que facilita estabelecimento de tom, linguagem e enfoque.

Também em sala de aula, por meio de diálogos, subdividiu-se o fio condutor da revista em quatro eixos – com suas pautas concernentes –, espécies de editorias, que partissem da realidade local e conseguissem abarcar o cotidiano dos acadêmicos por meio da matriz econômica. Foram eles: Perspectivas nos cursos de Direito, Informática, Farmácia e Enfermagem; Fonte de Renda: grau de escolaridade e aumento de salário, investimento em bolsa de valores, estudo x trabalho e incidência de consumo

⁶ O município faz divisa com o estado de Goiás, possui uma unidade da UFMT e tem 5.395 pessoas. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>>. Acesso em 17 abr 2012.

⁷ Em Barra do Garças e Pontal do Araguaia há nove unidades de ensino superior entre presenciais e virtuais, quais sejam: duas da UFMT, Faculdades Unidas do Vale do Araguaia (Univar), Universidade Norte do Paraná (Unopar), Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais Aplicadas do Araguaia (Cathedral), Universidade Paulista (Unip), Anhanguera, Faculdade de Estudos Sociais de Barra do Garças (FESB) e Faculdade de Tecnologia do Vale do Araguaia (Fatev).



universitário na economia local; Serviços: setor imobiliário, pensões, alimentação e transporte; Vida social: viagens (a trabalho, estudo, diversão), diversidade de entretenimento e gastos correspondentes. Cada pauta feita por um estudante foi entregue a outro, do mesmo eixo, por conta da familiaridade com o assunto.

Depois se definiu o conjunto de recursos editoriais, conforme conteúdo que vinha sendo estudado, a saber, chapéu, título, linha fina, legenda, olho e outros. Como recursos gráficos, considerou-se aspectos tais quais *layout*, grid, tipografia, infográfico identidade visual e formato.

Estabeleceu-se como exigência, para se estimular aprofundamento de abordagem, reportagem com, no mínimo, 60 linhas, ao menos três fontes de informação (entre pessoas e documentos), fotografias coerentes com os temas e representativas das situações enfocadas, pautas com apresentações dos assuntos, elenco de fontes, sugestões de perguntas e contatos. O formato digital, para ser lido na tela de um computador, sugere um *layout* retangular (1024 px de largura por 768 px de altura), dividida em três colunas e uso das fontes Verdana e Garamond. De acordo com o limite textual estipulado, duas páginas deste formato seriam apropriadas para a diagramação para cada matéria.

Os textos foram redigidos no laboratório de informática da universidade duas semanas depois da definição do eixo e editoriais (13 de outubro), buscando-se, assim, aproximar a produção acadêmica do ritmo do trabalho jornalístico profissional. No dia seguinte houve troca de materiais (incluindo fotografias) para que se processe a edição dos mesmos. Depois, tanto os iniciais quanto os segundos, editados, tiveram encaminhamento ao professor de Edição e Jornalismo Especializado para análise geral e, mais adiante, ao docente responsável pela disciplina Planejamento Gráfico, para que conduzisse o processo de diagramação.

Nas atividades de Planejamento Gráfico, cada dupla continuou o processo diagramando suas matérias. Eram duas matérias para cada dupla. Tendo anteriormente discutido e aprovado o projeto gráfico, todos diagramaram considerando a tipografia, identidade visual, formas, número de colunas, disposição de imagens e fotos. A partir da diagramação, a revista deveria ser finalizada por uma dupla para detalhes de capa e índice e, por fim, disponibilizar para publicação.

Reflexão sobre a experiência didático-pedagógica



No âmbito de Edição e Jornalismo Especializado, percebeu-se que a maioria dos estudantes coletou informações pertinentes aos eixos e às pautas correspondentes e formatou-as de modo a estarem condizentes com o material segmentado – detalhado e em tom de aprofundamento. Mais de 100 fontes de informação, entre pessoas e documentos, foram consultadas. Os estudantes se orientaram em grande parte pela entrevista *in locu*, valendo-se da máxima popularizada por Kotscho (2005), de que “lugar de repórter é na rua”, visto terem se deslocado para vários lugares de Pontal e Barra (ex: repúblicas, instituições de ensino, lanchonetes, restaurantes, pensões, pontos de ônibus e carona, academias).

Entre as pessoas entrevistadas, ouviram universitários, docentes, funcionários de universidades e faculdades, profissionais formados em várias áreas (como advogados, administradores e nutricionistas), micro e pequenos empresários, balconistas e atendentes. Quanto a instituições, entidades representativas, como as de empresários e de trabalhadores, e secretarias municipais. Entre os documentos consultados, pesquisas feitas por institutos nacionais, estudos realizados por professores de instituições da região, leis e censos.

Apesar do empenho em variar as fontes de informação, algumas delas foram repetidas, a exemplo do pró-reitor da UFMT/Barra do Garças, que apareceu duas vezes, e um professor doutor, citado quatro⁸.

Uma série de pontuações foi efetuada quanto aos textos (principalmente relativa à gramática, redação e apuração jornalística). A identificação desses problemas motivou baterias de exercícios sobre o correto uso de pontuação, ortografia, acentuação, citação e paráfrase, redação de frases diretas, utilização constante de sinônimos, exposição de nomes completos, busca de dados para comprovar valores, percentuais, conclusões, deduções, suspeições e acusações. Quanto aos recursos editoriais, notou-se, no geral, bom uso da titulação – menos “sisuda” que a do jornal diário, posto se tratar de uma revista digital –, percepção das informações mais importantes para se colocar nas linhas finas e nos olhos. Também se identificou falhas em considerável parcela das fotos iniciais (posadas e desfocadas, por exemplo). Diante disso os segundos materiais (editados) foram devolvidos aos acadêmicos para ajustes e nova entrega. A seguinte

⁸ O pró-reitor se chama José Marques Pessoa e o docente, Hidelberto de Souza Ribeiro, doutor em Sociologia, professor de, da UFMT, bastante citado por conta de pesquisa sobre o crescimento do setor universitário em Barra do Garças e região e das exigências por novas demandas espaciais e políticas.



remessa aproximou-se bastante do solicitado e, então, feitas ainda algumas correções, seguiu no fim de outubro para o professor-coordenador do planejamento gráfico.

Na parte do desenvolvimento do projeto gráfico, os discentes apresentavam um nível de conhecimento bem distinto nas possibilidades e uso do software. Enquanto a maioria nunca tinha desenvolvido nenhuma atividade de diagramação em programas como Publisher (Windows), Corel Draw, ou InDesign (Adobe), apenas quatro demonstraram alguma habilidade prévia, entre estes, um com nível avançado. Foram 23 matérias, como também, 23 diagramadores. O desafio a ser superado era pensar esteticamente o produto de forma conjunta e equilibrada. A postura pedagógica incentivou tanto aqueles que já conheciam os softwares e já haviam feito algo, como (e principalmente) aqueles sem nenhuma habilidade de operacionalização.

Contatou-se na análise final que o projeto gráfico é obrigatório e sem ele não se conseguiria produzir a revista de forma coerente, pois, segundo o grupo, cada um iria fazer do seu jeito e o produto não teria uma identidade visual. Além de valorizarem a etapa de elaboração do projeto gráfico, a dificuldade de se desenvolver um produto em curto prazo fez com que o comprometimento remetesse à necessidade de. Por fim, constataram que é na publicação (parte final) que as fragilidades se manifestam, como ausência de fotografias convincentes, espaços em branco (calhau), ou texto em excesso, investimento na parte artística dos infográficos e demais detalhes pontuais dos textos.

Essencialmente, a distribuição ampla das tarefas dessa etapa do processo possibilitou que todos tivessem um repertório considerável para planejarem um produto impresso ou digital e desenvolvessem uma familiaridade com aspectos técnicos que influem no custo e no resultado como num todo.

Considerações

Pelo resgate da construção da revista digital foi possível perceber a constante tentativa de atuar sob pressupostos democráticos, de estímulo à participação e compartilhamento de saberes e orientação acadêmico-profissional, características precípuas a um processo de ensino-aprendizagem comprometido com a transformação social (FREIRE, 2005).

Isso produziu um volumoso elenco de fontes (pessoas e documentos) e informações sobre a economia universitária de Barra do Garças e Pontal do Araguaia. Também colocou o deslocamento físico como elemento fundamental da lida noticiosa,



algo importante de se ressaltar tendo em vista que inúmeros veículos vendem hoje a digitalização midiática como se suprisse a necessidade do contato físico com o entrevistado.

O esforço em conectar as disciplinas (Edição e Cobertura Jornalística, Jornalismo Especializado I e Planejamento Gráfico) possibilitou que os estudantes exercitassem vários procedimentos, a saber, a concepção do produto, a elaboração da pauta, a coleta de informações, a redação de texto, a edição e a diagramação. Foram 54 textos entre reportagens, edições e edições das edições (por parte do professor), além da montagem de baterias de exercícios com vistas a minimizar falhas e aperfeiçoar práticas, o que evidencia a dimensão pedagógica do projeto (ensino-aprendizagem). Com conhecimento prévio de diagramação ou não, todos diagramaram as 23 matérias, obedecendo aos requisitos mínimos do projeto gráfico.

O sentido da dimensão da “FocAia emRevista” foi proporcionar aos acadêmicos, mesmo com repertórios e habilidades diferentes, a possibilidade de participar como agente essencial na viabilização de um produto fechado, publicado e disponível a todos através da internet.

Referências

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Universidade Federal da Paraíba. 2000. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 16 abr 2012.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BACELAR, Jorge. **Linguagem da visão**. Universidade da Beira Interior, 1998. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.pdf. Acesso em: 17 abr 2012.

_____. **Apontamentos sobre a história e desenvolvimento da impressão**. Universidade da Beira Interior, 1999. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/bacelar_apontamentos.pdf. Acesso em: 17 abr 2012.

BERGSTRÖM, Bo. **Fundamentos da comunicação visual**. São Paulo: Ed. Rosari, 2009.
BRUM, A. J. **O desenvolvimento econômico brasileiro**. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

CALDAS, S. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2002.



CAMASSETTO, Leandro R. **As razões do título e do lead. Uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia.** Concórdia: SC, 2003.

FERREIRA, A. R. Jornalismo Especializado – Jornalismo Científico: Análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas de um novo currículo disciplinar. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 25, 2002, Salvador. Anais eletrônicos. Salvador: Intercom, 2002, p.1-13.

FERNANDES, L. D. **Jornal-laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor.** São Paulo: Summus, 1989.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 31. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

GUARESCHI, P.; BIZ, O. **Mídia & Democracia.** Porto Alegre: P.G./O.B., 2005.

HOELTZ, Mirela. **Design Gráfico: dos espelhos às janelas de papel.** Universidade de Santa Cruz do Sul. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.pdf. Acesso em: 17 abr 2012.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem.** São Paulo: Ática, 2005.

KOVACH, B; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir.** 2. ed. São Paulo: Geração, 2004.

LACHOWSKI, G. G. **Plano de ensino de Edição e Cobertura Jornalística.** Universidade Federal de Mato Grosso\campus Alto Araguaia, 2011.

LACHOWSKI, G. G. **Plano de ensino de Jornalismo Especializado I.** Universidade Federal de Mato Grosso\campus Alto Araguaia, 2011.

OLIVEIRA, Maria Márcia Costa. **Alfabetização visual: uma abordagem arte-educativa para a contemporaneidade.** Estudos Semióticos. Volume 5, Número 1, São Paulo, jun 2009. Disponível em < www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es/.../2009esse51-mmcoliveira.pdf>. Acesso em: 16 abr 2012.

PEREIRA JR., L. C. **Guia para edição jornalística.** Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2006.