

Criação da Revista Digital Sorria para Tablet¹

Jean-Frédéric Pluvinage²

Josefina de Fátima Tranquilin Silva³

Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio

Resumo

O jornalismo digital, por meio da mídia tablet (aparelho digital móvel em formato de prancheta de mão), permite a criação de revistas digitais interativas, acessíveis pelo toque dos dedos do usuário. Uma revista voltada para o tablet não é uma transcrição direta de uma revista impressa para um aparelho móvel, mas sim, tem seu próprio meio de produção, consumo, distribuição e uma linguagem de possibilidades únicas, o que permite formar uma nova narrativa jornalística. “Criação da revista digital Sorria para tablet” analisa essa nova linguagem para apresentar a revista digital da Sorria, publicação produzida pela editora Mol em parceria com a rede de farmácias Droga Raia. Uma revista digital que irá ampliar o projeto da editora de apoio às instituições GRAAC e Instituto Ayrton Senna, o que gera um novo modelo digital de mercado editorial com benefícios socioambientais.

Palavras-chave

Tablet; iPad; Revista Digital; Revista Social; Jornalismo Digital;

1. Introdução

A revista digital e interativa para a mídia tablet permite a experiência de uma nova narrativa jornalística. Esse novo suporte midiático adquire popularidade com a versão digital da revista Wired para iPad, em 27 de maio de 2010, e logo se expande com a adesão das grandes editoras de revistas na criação de versões digitais de suas publicações.

Esse novo tipo de narrativa das revistas digitais usa os melhores elementos da publicação impressa, das mídias digitais e elementos únicos do tablet, como a criação de dois layouts para cada página de uma revista, sendo uma para a orientação vertical e uma para a orientação horizontal. Portanto, fazer a transposição de uma revista impressa para sua versão digital na mídia tablet exige mais trabalho do que simplesmente criar um arquivo PDF (Portable Document Format – Formato de documento portátil em inglês) sem os

¹ Trabalho apresentado como conclusão do Curso Superior de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação, Artes e Design da cidade de Salto, do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, sob orientação da Prof^a. Dr^a. Josefina de Fátima Tranquilin Silva.

² Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – da Faculdade de Comunicação, Artes e Design/CEUNSP/SALTO. E-mail: jean.pluvinage@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, Artes e Design/CEUNSP/SALTO. E-mail: finatranquilin@yahoo.com.br

recursos multimídia, interativos e hipertextuais das mídias digitais e sem as possibilidades da mídia tablet como os layouts duplos.

O jornalista digital voltado para a mídia tablet deve saber criar uma narrativa fluída, além do conteúdo estático de textos e fotos, na qual o leitor pode acionar vídeos, áudios, animações, slides e alterar layouts com o apertar de botões ou simplesmente virando a orientação do seu tablet.

Mas, ocorre que, na criação de uma revista digital tendo como base uma revista impressa, as marcas e os elementos de identificação originais podem ser perdidos. Deve haver um cuidado conjunto da parte de jornalistas, designers e editores para manterem o padrão gráfico (tipografia, paleta de cores, grids, diagramação) da revista original, assim como manterem a qualidade editorial dos artigos e reportagens. O desafio é grande, pois além de criar uma revista digital com a mesma identidade gráfica e editorial de uma revista impressa já presente no mercado, é preciso fazer com que esse produto digital seja um complemento ao produto impresso de forma a ampliar os projetos e objetivos da editora.

2. Objetivos

Visando demonstrar as possibilidades e os desafios da criação de uma revista digital, este trabalho se propõe a criar a revista digital Sorria para tablet. A Sorria é uma publicação da Editora Mol em parceria com a rede de farmácias Droga Raia. Trata-se de uma revista beneficente bimestral cujo valor de capa é 100% doado, descontando os impostos, para projetos do GRAACC (Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer) e projetos do Instituto Ayrton Senna. Seu conteúdo é composto por reportagens sobre felicidade, bem-estar, superação, saúde, educação e cidadania.

3. Justificativa

A escolha da criação da revista digital Sorria para este TCC tem dois motivos. O primeiro é mostrar os tablets como aliados no mercado editorial de revistas, e não como concorrentes. No caso da Sorria, a distribuição da revista não é efetuada em bancas, mas nos caixas da rede Droga Raia. Por isso, o alcance da revista é limitado geograficamente por suas farmácias localizadas em seis Estados do Brasil. Com a criação da revista digital Sorria para tablet é possível vender suas edições fora destes Estados, e até mesmo fora do País, em qualquer horário, bastando uma conexão com a Internet. Isso é bom tanto para a

Editora Mol como para a Droga Raia, que conseguem divulgar e vender suas revistas para um número muito maior de clientes fora de sua área física de atuação.

O segundo motivo é a necessidade de alertar jornalistas sobre novas possibilidades de criar e distribuir produtos editoriais. No caso da Sorria, trata-se da adoção de práticas do setor 2.5, conceito na qual uma empresa tem como objetivo melhorias socioambientais sem deixar de obter lucro. Empresas desse setor não são ONGs, mas instituições privadas que visam o empreendedorismo social.

A Sorria é patrocinada por seis empresas que, em contrapartida pelo investimento, recebem espaço publicitário na publicação. O valor arrecadado com a venda da revista é 100% doado, descontando os impostos, para o GRAACC e o Instituto Ayrton Senna. Como a revista custou mais do que o preço de sua produção, o total arrecadado é maior do que o patrocínio investido nela, ou seja, as instituições beneficiadas ganham mais pela venda da revista do que se ganhassem diretamente por meio de doações.

4. Métodos e técnicas utilizadas

A criação dessa revista digital deve agregar a linguagem do jornalismo digital ao produto impresso, adicionando conteúdo multimídia, interativo e hipertextual à narrativa jornalística. O produto será criado por meio de edição e diagramação com o aplicativo InDesign CS5, plug-ins específicos da empresa Adobe e os serviços on-line da Adobe Digital Publishing Solution, solução Adobe para criação e publicação de revistas para tablets.

5. Descrição do processo e do produto

A revista Sorria é uma publicação bimestral da Editora Mol, produzida em parceria com a rede de farmácias Droga Raia. Sua primeira edição foi lançada no dia 17 de março de 2008. A editora define a Sorria como uma revista de caráter social, pois trata-se de uma publicação cujo valor de capa é 100% doado, descontando os impostos, para projetos do GRAACC (Grupo de Apoio ao Adolescente e à Criança com Câncer) e projetos do Instituto Ayrton Senna. Seu conteúdo é composto por reportagens sobre felicidade, bem-estar, superação, saúde, educação e cidadania, ou seja, os assuntos também estão diretamente ligados ao social.

A comercialização e distribuição de Sorria é diferente da adotada pela maioria das outras publicações, pois não é vendida nas bancas, local em que teria a concorrência de

diversas outras publicações, mas sim é comercializada em todos os caixas da rede de farmácias Droga Raia. Dessa forma, a revista não disputa a atenção com outras publicações, não precisa arcar com os altos custos de distribuição em bancas e ainda conta com o incentivo dos funcionários da Droga Raia.

A Droga Raia por considerar a revista um projeto social e não um produto, não cobra a margem de lucro pela venda da revista. Pela extensão da sua rede, ela permite a venda da revista em mais de 350 lojas distribuídas em seis Estados (São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina).

O modelo de venda da revista é definido pela editora como “modelo multiplicador de revista social” (SORRIA, 2011). Esse modelo é descrito da seguinte maneira: o custo da revista é dividido em cotas, adotadas pelas empresas patrocinadoras. Atualmente, seis empresas patrocinam a publicação e, em troca do patrocínio anual ao projeto, elas ganham espaço publicitário na revista, entre outros benefícios.

Todo o valor de capa da revista é destinado para as instituições, descontados os impostos. Como o valor de compra da revista é maior do que o seu custo, o dinheiro investido pelos patrocinadores é multiplicado. Ou seja, por meio desse modelo de negócios, é possível arrecadar mais dinheiro para as instituições do que por meio de uma doação direta.

Todo o conceito de revista social e “modelo multiplicador de revista social” parte de um conceito de empresa do setor 2.5. Esse termo é usado para designar uma empresa privada, que não é uma ONG, mas que visa, além do lucro, ações socioambientais de impacto na comunidade em que atuam. Daí o nome de setor 2.5, um “meio termo” entre setor privado e o terceiro setor.

Um exemplo pioneiro de empreendedorismo social é o da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente. Segundo Maria Célia Paoli (PAOLI, 2002) a Fundação Abrinq criou para o Brasil o molde de uma entidade empresarial que se organiza na elaboração de uma ação social.

Renato Janine Ribeiro, professor titular de ética e filosofia política da USP, remonta essa atitude cidadã empresarial à linha de pensamento calvinista de Max Weber, na qual o empresário weberiano do século 16 ou 17 é pautado por uma ética protestante no trabalho. Mas esse trabalhador moralista agora dá lugar ao trabalhador engajado em causas sociais. “Cada vez mais, no lugar da ética protestante e moralista, aparece uma preocupação ética que nasceu da ideia do meio ambiente e agora se desenvolve para a sustentabilidade.”

(RIBEIRO, 2011). Para ser sustentável, portanto, o trabalho deve usar novas técnicas e modelos de produção, sempre tendo como aliada a ciência de ponta empenhada em soluções ecológicas.

O que parece certo, isso sim, é que uma empresa pode ter no seu próprio projeto de negócios uma solidez sustentável e que isso será mais viável se ela tiver compromissos sociais e ambientais e, além disso, estiver na linha de ponta, no cutting edge, da ciência. (RIBEIRO, 2011)

Em relação ao projeto editorial, embora a Sorria seja um produto comercial e aborde temas de superação e conquistas, não se trata de uma publicação de autoajuda. A revista não promete eliminar ou aliviar os problemas emocionais, sociais, financeiros, de saúde ou de qualquer outra natureza pela qual o leitor passa. O que ela faz é revelar atitudes e exemplos reais de pessoas comuns que podem melhorar a qualidade de vida do leitor, mas que, principalmente, revelam novos caminhos para uma participação pró-ativa na sua comunidade. Ou seja, ao invés de conselhos sentimentais, a revista sugere ações concretas. Em “A coisa pública” (Sorria nº19), a jornalista Karina Sérgio Gomes explica como participar das decisões políticas nas diferentes estâncias do poder, no município, no estado, no país e por meio de movimentos sociais.

Cada edição da revista Sorria é pautada por um tema principal, que irá nortear boa parte das matérias da publicação. No caso da Sorria nº20, o tema principal era “conversa”, e, entre suas matérias, havia uma sobre ouvir conversas alheias, o uso do diálogo para quebrar barreiras, uma sobre conversas marcantes e uma sobre a conversa entre um paciente do GRAACC e uma estudante do Instituto Ayrton Senna (IAS).

Através do contato direto com a equipe da Editora Mol, foi possível adquirir os arquivos originais da revista Sorria nº18, edição de fevereiro e março de 2011. O objetivo é criar a revista digital da Sorria para a mídia tablet.

A escolha dessa revista para o presente trabalho deve-se ao objetivo de divulgar a responsabilidade social no meio empresarial e na mídia. O modelo editorial sustentável da Sorria representa uma alternativa ao modelo padrão de produção de revistas e que, por seu ineditismo e benefícios socioambientais, merece ser pesquisado e divulgado.

Além disso, como afirmou Renato Janine Ribeiro, um modelo empresarial sustentável deve estar atrelado à tecnologia de ponta. Portanto, decidi juntar um modelo inovador de produção editorial com a mídia inovadora do tablet, na percepção de que uma versão digital da Sorria no tablet irá acumular mais bons resultados para os envolvidos.

Criar a revista digital da Sorria para a mídia tablet representa um grande fator de expansão desta publicação para além dos limites físicos da distribuição de publicações impressas. A revista, mesmo com toda a logística de uma rede varejista, só pode ser distribuída dentro de suas lojas, que não ocupam toda a extensão do território brasileiro e não tem presença em outros países. Com a possibilidade de venda da Sorria nos tablets, a revista fica disponível não somente para todos os Estados brasileiros como pode ser também adquirida a qualquer hora e em qualquer lugar do planeta, bastando que o tablet tenha uma conexão com a Internet.

A capa digital manteve as principais características da publicação impressa, para que o leitor pudesse identificar com facilidade o produto na revista digital para tablet. A diferença está no enfoque maior para a foto na versão horizontal, que não tem as chamadas, criando uma versão mais lúdica e divertida da capa. O uso dos recursos digitais na capa está nos hiperlinks. Ao clicar nos logos das instituições beneficentes, o leitor vai diretamente para o site delas. E ao clicar nas chamadas, vai diretamente para a página da matéria.



Fig 1. Capa da versão impressa.



Fig 2a e 2b. Capas da revista digital, nas orientações horizontal e vertical.

O índice digital não tem o problema de espaço da sua versão impressa. Tanto que aproveitei a orientação vertical para criar uma página maior do que a tela do tablet, fazendo com que o leitor deslize a página com o toque dos dedos como se estivesse usando uma barra de rolagem de um navegador de Internet. Com esse ganho de espaço é possível aumentar também o tamanho da fonte do expediente, tornando-o muito mais legível.

Na versão horizontal do índice, também há uma barra de rolagem, e um aviso para conhecer o expediente na versão vertical. Dessa forma, é possível ganhar espaço nessa orientação para dar mais ênfase para a ilustração, que agora é animada, alterando sua forma e sua orientação a cada segundo.

Foram usados hiperlinks no índice. Cada logo dos patrocinadores é um link direto para o site deles. Além disso, cada editoria tem um link direto para a página da matéria.

O cabeçalho da revista foi mantido, mas ao invés de ter um número ao lado do nome da editoria, foi inserido o símbolo da estrela que faz parte do logo da revista. Isso ocorre pois não há necessidade de usar numeração em uma revista digital. Como todas as matérias contêm hiperlinks e como é possível acessar o índice digital com apenas um toque, o leitor nunca precisará usar números como referência para procurar uma matéria. Mas, como uma revista tem diversos sentidos de leitura (da esquerda para a direita e de cima para baixo) há o risco do leitor se perder. Para evitar essa desorientação “espacial”, a editoria foi adaptada. O leitor sabe em que artigo está justamente pelo nome da editoria sempre presente no canto superior esquerdo (Índice, Editorial, Conversar, Descobrir, etc). Mas ao navegar pelo eixo vertical, ele saberá em que página está pela quantidade de círculos ao lado do editorial. Um círculo indica que se trata de um artigo de uma página só. Dois círculos indicam que há duas páginas no artigo, e por aí vai. A página atual do leitor é marcada pelo símbolo da estrela. Páginas pelas quais o leitor já passou não têm estrelas mas são marcadas com círculos preenchidos. Já as páginas que faltam são marcadas por círculos vazios, com cor apenas no contorno. Portanto, em um artigo de leitura vertical de quatro páginas, se o leitor estiver na página dois, ele verá no índice quatro círculos: o primeiro preenchido e sem estrela, o segundo preenchido e com estrela (sua página atual), o terceiro e o quarto vazios.

Além disso, cada página que não seja a última de um artigo terá um símbolo de uma flecha na parte inferior, para indicar que o artigo continua no eixo vertical de leitura. E quando uma página for a última de um artigo, ela terá uma barra colorida na parte inferior,

indicando que não há mais continuação no artigo. Se um artigo tiver apenas uma página, ele terá automaticamente a barra colorida em seu rodapé, caso do índice, por exemplo.



Fig 3. Editoria e numeração na versão impressa.



Fig 4a e 4b. Editoria e numeração na versão digital.

A revista digital permite valorizar elementos que teriam que disputar espaço no limite físico de uma página impressa. Caso, por exemplo, das fotos dos bastidores da produção da revista, publicados na seção “Carta do Editor”. A versão impressa revela todas as fotos na mesma página. São cinco fotos, todas de grupo, em tamanho bem reduzido. Na versão digital, elas podem ser contempladas em um tamanho maior, por meio de um slideshow. Clicando em um dos números, é possível mudar a foto em destaque. Isso permite destacar mais os detalhes e a fisionomia de cada uma das pessoas que estão presentes nas imagens. Outra forma de destacar imagens são os pop-ups, caso da foto do editor, que pode ser aumentada em uma janela a parte com o toque de um dedo.

Para destacar o que é um elemento interativo do que não é interativo foi utilizado como recurso duas cores. Essa dupla de cores sempre muda em cada editoria, marcando ainda mais a diferença entre cada artigo e entre a leitura de eixo horizontal (de um artigo para o outro) e a leitura no eixo vertical (de uma revista para a outra). São cores sempre fortes e saturadas. Para marcar ainda mais a presença de interação, também é usado como sinal a estrela.

A versão digital da carta dos leitores sofreu diversas adaptações. Visando criar uma relação ainda maior entre redação e leitor, a página conta com todas as suas redes sociais e formas de contato disponíveis a um clique. Na parte inferior da página há botões para acessar o website da Revista Sorria, para mandar um e-mail para a redação e para acessar os perfis da revista no Twitter, Facebook e no Orkut. Além disso, na segunda página, os tweets dos leitores têm hiperlinks para acessar os perfis deles no Twitter. E, por fim, é possível

visualizar os tweets mais atuais da revista por meio de uma janela que se conecta com a internet dentro da revista, sem sair da página em que leitor está.

Os artigos na versão digital também devem ter uma preocupação adicional com o texto na versão horizontal e vertical, principalmente se o texto for extenso o bastante para ocupar mais de uma página. No caso destes textos extensos, é possível inseri-los em janelas com barra de rolagem, permitindo sua leitura dentro de uma página. Se for preciso, por razões práticas, ou estéticas, estender esse texto para mais de uma página, então é necessário tomar o cuidado para que a primeira e a última palavra de uma página vertical sejam também a primeira e última palavra de uma página horizontal. Caso contrário, se o leitor modificar a orientação do seu tablet no meio da leitura, poderá ficar muito confuso se uma palavra no começo ou no final da página sumir, pois ficou na página anterior ou posterior da nova orientação.

6. Considerações

Este trabalho de conclusão de curso revela duas ideias pioneiras. A primeira é o tablet como suporte para uma nova mídia que une os melhores elementos da revista impressa, do jornalismo digital e elementos únicos do próprio dispositivo móvel. O segundo é um novo modelo de produção, distribuição e comércio de revista, diferente do modelo comercial distribuído em bancas. O suporte tablet ajuda a ampliar o alcance e as ações sociais da revista Sorria para além de suas limitações físicas, oferecendo a venda da revista em qualquer lugar e horário para o leitor que tenha acesso à Internet.

O resultado é um produto novo, complementar ao impresso, que integra o leitor ao projeto social da publicação através de um meio imersivo e lúdico. O futuro do meio impresso pode ser imprevisível nesta era de tecnologia móvel, mas já é possível vislumbrar novos modelos sustentáveis de jornalismo, com forte função social e com narrativas cada vez mais imersivas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fatima. A arte de editar revistas. São Paulo: Editora Companhia Nacional, 2009.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo digital. São Paulo: Contexto, 2009.

FERRARI, Pollyana (Org.) Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2010.

GORDINHO, Margarida Cintra et alli. *Gráfica. Arte e indústria no Brasil. 180 anos de história.* São Paulo: Bandeirante Gráfica e Editora, 1991.

JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura.* Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: Imprensa e práticas culturais em tempos de República.* São Paulo: Edusp, 2008.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas. A segmentação da cultura no século XX.* São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

PALOMO TORRES, María Bella. *El periodista on line – De la revolución a la evolución.* Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2004.

PAOLI, Maria Célia. *Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil.* In: SANTOS, Boaventura de Souza (Org.) *Democratizar a democracia - os caminhos da democracia participativa.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. p. 394.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista.* São Paulo: Contexto, 2009.

JORNAIS IMPRESSOS

RIBEIRO, Renato Janine. *Freio na voracidade. O Estado de São Paulo, São Paulo, 4 set. 2011. Aliás. p.J5.*

REVISTA IMPRESSA

BRANCO, Dilson. *Seu recado, nossa motivação. Sorria, São Paulo, Edição nº20, jun./jul. 2010, p.8.*

PEGN. P: *Vale a pena investir em causas sociais? R: Sim, porque são negócios com escala. Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, São Paulo, Edição nº 271, ago. 2011, p.74.*

SITES

AUREA. Consultoria Editorial. (<http://goo.gl/xsklb>) áurea editora. Página visitada em 15 de novembro de 2011.

ÉPOCA NEGÓCIOS (2 jun. 2009) *Corrente do bem.* (<http://goo.gl/348zr>) Época Negócios. Página visitada em 14 de setembro de 2011.

GLOBESCAN (abr. 2011) *Survey on Sustainability Leadership.* (<http://goo.gl/WktEh>) GlobeScan.com. Página visitada em 14 de setembro de 2011.

PORTAL IMPRENSA (12 mar. 2008). *Editora Mol lança revista de caráter social em parceria com o GRAACC.* (<http://goo.gl/5R7UN>) Portal Imprensa. Página visitada em 14 de setembro de 2011.

SORRIA. *O projeto.* (<http://goo.gl/KMasL>) Sorria*. Página visitada em 14 de setembro de 2011.