



## Revista Picles

Eli Cristina ANTONELLI<sup>1</sup>  
Antonio Carlos SENKOVSKI<sup>2</sup>  
Emerson de Castro Firmo da SILVA<sup>3</sup>  
ELZA APARECIDA DE OLIVEIRA FILHA<sup>4</sup>  
Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

A Revista Picles foi concebida como um produto jornalístico direcionado ao público jovem de nível universitário de Curitiba, na faixa entre 18 e 30 anos. A proposta nasceu dentro da disciplina de Jornalismo Especializado em Meio Impresso, onde foram produzidos textos opinativos nos gêneros conhecidos (Artigo, Editorial, Comentário, Crônica, Crítica). O conceito aplicado foi o de produzir reflexão a partir de reportagens que se relacionassem com os temas identificados em pesquisa aplicada ao público-alvo. Todos os alunos, divididos em 15 equipes, envolveram-se com a produção de reportagens, textos opinativos variados e adequados aos temas das reportagens, até a produção de fotografias e diagramação.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista; opinião; jovem; universitário

---

<sup>1</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: elijornalismo@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: acsenkovski@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: teoriacastro@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo, email: elzaap@hotmail.com.br



## **INTRODUÇÃO**

Este trabalho é sobre a Revista Picles, uma produção única dos alunos do 6º período de Jornalismo da Universidade Positivo, realizada dentro da disciplina Jornalismo Especializado Gráfico, sob a supervisão do professor Emerson Castro.

No âmbito da disciplina, o conteúdo era o jornalismo opinativo e seus gêneros, sobretudo aplicados ao jornalismo impresso. Entre aulas teóricas e práticas, exercitou-se também a elaboração deste projeto, uma atividade que ainda não havia sido feita nesses moldes em sala de aula.

Desde o início a proposta foi elaborar um projeto impresso que cristalizasse o aprendizado de sala de aula, sem parecer descolado da realidade de mercado, muito menos do jornalismo como elemento fundamental para a compreensão da sociedade. Foram dois bimestres de trabalho em que 21 alunos exercitaram os gêneros opinativos – Artigo, Editorial, Comentário, Crônica e Crítica – a partir do noticiário local e nacional. Os textos eram produzidos individualmente e analisados em conjunto.

A revista foi sendo projetada a partir de discussões e, posteriormente, por uma pesquisa junto ao público-alvo – jovens universitários entre 18 e 30 anos.

O propósito foi atingir este público com textos opinativos nos gêneros estudados, potencializados por reportagens sobre temas citados como de seu interesse. Isso foi feito sistematicamente em todas as editorias.

O resultado foi uma revista de 68 páginas bastante plural, discutindo temas diversos – de emprego a esporte, de religião a passeios de mochila – sempre buscando uma linguagem tanto textual quanto gráfica mais adequada aos gostos desse público, conforme apontou a pesquisa.

## **2 OBJETIVO**

Levar o público jovem universitário à reflexão sobre temas variados que sejam de seu interesse.

### **2.1 Objetivos específicos**

- Produzir reflexão a partir de textos opinativos organicamente ligados às reportagens de maneira sistematizada já a partir das pautas



- Apresentar reportagens sobre temas de interesse dos jovens universitários
- Mesclar temas de modo a tornar o veículo dinâmico e atraente
- Adequar a escolha dos gêneros opinativos às reportagens
- Estabelecer uma linguagem despojada, adequada ao público-alvo
- Estabelecer um visual gráfico com equilíbrio de cores e formas, adequado ao público-alvo

### **3 JUSTIFICATIVA**

A revista Picles surgiu primeiro da necessidade de se produzir um veículo vinculado à disciplina de Jornalismo Especializado Gráfico, do 6º período. Um número único, que contivesse parte das produções realizadas ao longo do segundo semestre de 2009. Segundo, a partir da vontade dos alunos de produzir uma revista que tivesse a personalidade do grupo e que se diferenciasse, sobretudo, da revista laboratorial do curso, a fim de estabelecer identidade e originalidade por trabalhar preferencialmente com jornalismo opinativo.

O espaço de opinião explícita no jornalismo – observando os jornais brasileiros – tem sido relegado a um segundo plano, na melhor das hipóteses a um papel complementar ao material informativo. São exceções entre os jornais – Folha de S. Paulo, O Globo, O Estado de São Paulo –, onde encontra um crescente volume de material opinativo nos mais variados gêneros. Exceções que confirmam a regra. No campo das revistas, excetuando-se Carta Capital, Caros Amigos, Piauí, as de maior tiragem como Veja, Isto É e Época\ também não se propõe a dar muito espaço à reflexão plural dos principais temas que estampam nas próprias páginas.

Além disso, mesmo as publicações citadas como exceções direcionam-se a um público mais maduro, que já está desperto para a necessidade da reflexão no seu dia a dia, ou acima de 30 anos. O tratamento gráfico, a linguagem, até mesmo os temas são dirigidos a esse público.

Parte do problema certamente é resultado da concepção prioritariamente informativa do jornalismo atual, o que cada vez mais, acredito, torna-se equivocado justamente pela necessidade de compreensão dos fenômenos complexos que nos cercam.

A outra parte – identificou o grupo que liderei – tem a ver com a inadequação desses produtos a um público mais jovem, na faixa universitária (18 a 30 anos). É um grupo que está despertando para a necessidade do envolvimento com as questões mais prementes do país e da humanidade, mas precisa ser visto como segmento. Tem interesses específicos, necessidades igualmente específicas, abordagens que contemplem informação e reflexão de



modo sistematizado, apontando um caráter de certo modo didático, sem moralismos, anacronismos, tanto quanto é possível fazer isso num projeto jornalístico coletivo.

O propósito da revista Picles foi justamente atender esse público a partir do conceito acima citado e estabelecido após aplicar pesquisa de campo e debater exaustivamente a tradução da proposta idealizada na prática de produção do veículo.

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

Dentro da disciplina de Jornalismo Especializado Gráfico, o professor e os alunos envolvidos, da manhã e da noite, foram amadurecendo, desde o primeiro dia de aula, o que fariam como veículo no final do semestre: jornal ou revista, concepção do formato jornalístico, público-alvo, entre outros itens. Essa avaliação durou aproximadamente dois meses, entre o aprendizado teórico e prático dos gêneros opinativos – Artigo, Editorial, Comentário, Crônica, Crítica – e momentos de análise do que o grupo desejava para afinar uma proposta única.

Quando fechou-se a ideia de que seria uma revista para público jovem surgiram várias sugestões, noções do que deveria ser uma revista para um público jovem, universitário, na faixa entre 18 e 30 anos. Havia, naturalmente, algumas discordâncias já que o senso comum remetia a contradições entre os alunos. Foi quando o professor propôs então uma pesquisa de campo, o mais simplificada possível, mas que contivesse os principais elementos norteadores do que viria a ser a Picles, até então sem nome.

O resultado da pesquisa, aplicada em 115 pessoas, dentro e fora do campus da Universidade Positivo, apontou algumas coisas já esperadas, mas outras surpreendentes.

Imaginava-se que a revista precisava ser do tamanho convencional de Veja, bastante colorida, ter um texto mais descontraído, com gírias, menos sisudo, o que se confirmou. Mas o que mais motivava para a leitura de uma revista as pessoas dessa faixa etária e escolaridade era por um lado a curiosidade e por outro novos pontos de vista sobre temas de interesse cujo conhecimento é superficial (drogas, política estudantil, empregabilidade, relacionamentos, viagens turísticas baratas, entre outros). Adquirir conhecimento sobre diversos temas e ter espaços que se relacionem com lazer.

Com a compreensão do produto que precisava ser feito, partiu-se para a definição de pautas que suscitassem pontos de vista polêmicos a serem explorados de mais de uma forma no campo opinativo.



Os alunos foram divididos em 15 editorias (por eles escolhidas), sendo que um aluno era responsável direto pela editoria (produção de reportagem, fotos e texto opinativo) e outro agiria como auxiliar. Como eram 21 alunos, todos foram editores e a maioria, paralelamente, auxiliou um colega com outros textos opinativos em outra editoria. Assim, todos envolveram-se em praticamente todas as fases da produção, como participaram de mais de uma editoria.

A diagramação precisou de uma solução à parte, diferente. Nem todos os alunos sentiam-se em condições de trabalhar com programas gráficos (In Design). Seis alunos, então, além de suas funções já definidas, também trabalharam as páginas dos demais alunos, além das próprias.

A capa foi uma construção coletiva, sendo a última coisa produzida num sábado pela manhã.

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

Como o processo da produção da revista envolvia a turma da manhã e da noite da disciplina de Jornalismo Especializado, verificou-se a necessidade de criar um outro sistema de comunicação coletiva, além das discussões ocorridas na sala. Para isso, o professor junto com os alunos passou a utilizar uma ferramenta de fórum já disponível no próprio sistema da Intranet da Universidade Positivo. (ANEXO)

A partir deste sistema de fórum o professor lançou discussões para levantamento das sugestões e maior facilidade para a tomada de decisões de forma coletiva. O processo foi muito bem aceito pelos alunos que passaram a discutir questões diversas como pautas e até a diagramação. Cada aluno responsável por uma editoria requisitava por meio do sistema aos demais alunos a colaboração para a produção auxiliar. Desta forma, a participação dos alunos ocorreu de forma livre, cada um buscando produzir matérias conforme maior afinidade com os temas propostos.

A pesquisa quantitativa sugerida pelo professor foi elaborada em conjunto com os alunos. Que puderam participar dando sugestões dos itens a serem pesquisados, sendo orientados pelo professor responsável em todo processo. Foi definido que os alunos deveriam entrevistar cerca de 5 jovens universitários numa pesquisa quantitativa. Além disso, deveriam fazer uma pesquisa de opinião aberta, buscando maior detalhamento da opinião de um jovem.



Na pesquisa quantitativa foi estabelecida com base em quatro itens que o grupo julgou prioritários: Formato, Linguagem, Interesses e Programação Visual. (ANEXO). Na pesquisa de opinião aberta o jovem aleatoriamente escolhido pode discutir com maior detalhamento seu interesse por revistas. Um exemplo de um resultado obtido:

**“Estudante:** 20 anos

A estudante busca essencialmente nas revistas o conhecimento. Sua primeira opção de compra numa banca de revistas é a Carta Capital.

Para ela é muito importante o formato crítico que a revista apresenta. Além disso, costuma ler a Veja, afirma que não gosta da revista, porém, ela traz informações. Porém, a revista normalmente foca apenas um lado das notícias. Além das revistas citadas, a estudante valoriza o conhecimento como foco principal em uma revista, com textos aprofundados, colorida e com letra tamanho padrão. Não leria e não busca revistas que foquem MODA, FOFOCA, estilo CARAS com sua tendência a mostrar a "ilha de caras" como grande novidade. “Para ela, a revista não contém nada que possa a interessar.”

Nessa pesquisa os alunos procuravam deixar o jovem expor seus interesses sem nenhuma interferência, questionando apenas qual tipo de revista mais lhe atraía e o por quê, solicitando que ele detalhasse o que chamava a atenção.

Com o resultado da pesquisa, foi possível identificar os principais assuntos de interesse dos jovens. A partir disso foi estabelecido 15 editorias a serem trabalhadas na Revista: comportamento, mídia, cultura, meio ambiente, esportes, religião, fotojornalismo, educação, turismo, drogas, voluntariado, política, tecnologia e mercado de trabalho.

Na escolha do nome da revista, os alunos levantaram 8 sugestões, o nome vencedor “Picles”, se deu a partir da discussão que o nome deveria ser fácil, objetivo e original. A palavra picles remete a um processo de conserva de legumes e vinagre que produz uma combinação de fermentação láctica. A sugestão deste nome deve-se por que picles é algo barato, democrático, leva a uma certa miscelânea, sugere opiniões se é bom ou se é ruim. Esse processo também de fermentação do alimento era muito utilizado por imigrantes, como a cidade de Curitiba foi formada por um número expressivo de imigrantes, procurou-se desta forma fazer uma relação. Outro motivo da escolha foi a força da palavra, que



poderia chamar a atenção dos jovens. Picles é um alimento alternativo, assim como o conteúdo da revista é uma proposta de falar de temas gerais de forma alternativa.

A disciplina de jornalismo especializado era destinada exclusivamente ao aprimoramento de textos opinativos. Mello (2003, p. 101) expõe a importância do gênero opinativo nos veículos de comunicação, diferente do que ocorria no passado onde opinião significava unicamente o olhar do dono do veículo, como no exemplo da produção de Hipólito da Costa no Correio Braziliense. Na atualidade o gênero opinativo tem ampla relevância na comunicação. Para o autor por mais que a instituição jornalística tenha uma orientação definida (posição ideológica ou linha política), em torno da qual pretende que as suas mensagens sejam estruturadas, subsiste sempre uma diferenciação opinativa (no sentido de atribuição de valor aos acontecimentos). Para Mello as condições de produção do jornalismo atual exigem a participação de equipes numerosas, donde a impossibilidade de controle total do que se vai divulgar.

Melo (2003, p. 102) afirma ainda que a indústria de comunicação moderna comporta vários tipos de textos opinativos que podem ser até mesmo conflitantes, mas este processo se torna positivo no sentido que produz vários olhares para o público. Segundo o autor, não se pode falar em pluralismo, pois ainda pode-se observar determinada seleção no âmbito da escolha das pautas e cobertura. Porém, existe uma abertura para que a valoração das notícias possa espelhar nos textos com diferentes pontos de vistas.

No primeiro bimestre da disciplina de jornalismo gráfico os alunos produziram 15 textos opinativos, divididos da seguinte maneira 2 editoriais, 3 crônica, 4 artigo, 2 resenha/crítica e 4 comentários.

Na produção da revista os alunos procuraram fechar as editorias com uma reportagem e somar aos textos opinativos, tendo como resultado o seguinte material:

Editoria de Comportamento: 1 matéria + 1 artigo

Editoria de Mídia: 1 entrevista ping-pong e 1 matéria + 1 artigo + 1 crônica

Editoria de Cultura: 1 matéria + 1 crítica + 2 crônica

Editoria de Meio-ambiente: 1 matéria + 1 artigo

Editoria de Esporte: 1 entrevista ping-pong + 1 artigo

Editoria de Religião: 1 matéria + 1 artigo

Editoria Mercado de Trabalho: 1 matéria

Editoria Turismo: 2 matérias + 1 artigo + 1 crônica



Editoria Drogas: 1 matéria + 1 crônica

Editoria Voluntariado: 2 matérias

Editoria Política: 1 matéria

Editoria Tecnologia: 1 artigo + 1 crônica + notas + 1 artigo.

Além dos temas serem pensados focados no público de interesse, na produção das matérias buscou-se este mesmo objetivo. Na produção da editoria de cultura a primeira matéria “Pedreira, se não rola cria limo” focou a desativação de um espaço cultural da cidade: a Pedreira Paulo Leminski, onde por muitos anos foi palco de shows de importância ao cenário cultural. A crítica “Sugar Kane, a máquina que sonhava colorido” logo em seguida, procurou mostrar uma banda alternativa e o artigo “Ao longo prazo estaremos todos mortos” procurou focar o mundo das coberturas musicais.

Na produção de editoria de turismo foi discutida com os integrantes do grupo a produção de material que apresentasse alternativa de viagem de lazer. Assim, optou-se por elaborar uma matéria numa cidade do interior do Estado que fornecesse diversão aos jovens a um baixo custo e que além de diversão oferecesse também cultura e conhecimento. Pensou-se em criar no jovem uma cultura de busca de lazer nas cidades do interior, o que não é muito comum. A primeira matéria apresenta a cidade “Bem vindo a Tibagi”, a segunda “Saint-Hilaire e a história de Tibagi” apresenta o conhecimento histórico que a cidade tem a oferecer. No artigo “É possível se divertir sem degradar” o ecoturismo dentro da mesma região é apresentado como proposta de lazer. A crônica apresentada, não se refere ao mesmo local, porém, discute a questão do olhar do viajante.

## **6 .CONSIDERAÇÕES**

Devido a elaboração de textos opinativos produzidos ao longo do primeiro bimestre, os alunos se sentiram motivados a produzir a revista, buscando sempre participar da produção de textos para editorias que não estavam diretamente ligados. Observou-se um comprometimento de modo geral com a produção da revista como um todo. Isso se deu necessariamente, pelo fato dos alunos sentirem que faziam parte do processo, pois eles estiveram presentes em todas as etapas: escolha do veículo a ser elaborado, escolha do público alvo, elaboração da pesquisa, escolha do título, escolha das editorias, escolha de que matéria ou artigo iriam produzir.





A diagramação da revista *Picles* teve a colaboração de 6 alunos que possuíam maior conhecimento nas ferramentas de diagramação. Porém, os demais alunos puderam participar em conjunto, acompanhando o trabalho dos alunos-diagramadores. O fato da diagramação da revista não ter sido elaborado por uma única pessoa, não apresentou problemas, pois houve uma maior pluralidade de formas e imagens. Quando se pensa num público na faixa etária de 18 a 30 anos, pode-se imaginar que se há diversidade de formatos, isso poderá ser considerado de forma positiva no final das análises.

O último dia de produção da revista ocorreu num sábado no final do mês de novembro, após a atividade os alunos participaram de uma confraternização, onde puderam expor a experiência da produção do trabalho. Na oportunidade, puderam participar do fechamento da revista sentindo-se satisfeitos pela produção em conjunto.

A capa foi uma construção coletiva, sendo a última coisa produzida no sábado pela manhã, quando o grupo se reuniu. A ideia base foi trabalhar uma capa atrativa, mas que não chamasse para nada, já que toda a revista é importante, e foi projetada para ser lida em ordem, para criar uma noção de continuidade ao produto.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ALVES, C. **Arte de escrever bem**. Petrópolis: Editora Vozes, 2005
- BRETON, P. **Argumentação na comunicação**. Bauru: Editora Edusc, 2002
- LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Florianópolis: Ed. Insular/ Ed. UFSC, 2001
- MELO, J.M. **A opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Editora Vozes, 1994
- MELO, J M. **Jornalismo Opinativo Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**: Editora Mantiqueira, 2003
- PEREIRA JR.,L.C. **Guia para edição jornalística**. Petrópolis: Editora Vozes, 2006
- SCALZO. M. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Editora Contexto, 2004