

## ‘O Colarinho’: dois dedos de informação<sup>1</sup>

Beatriz Rodrigues VITAL<sup>2</sup>  
Camila Zana VALENTE<sup>3</sup>  
Giovanna Cornelio Cantinho de OLIVEIRA<sup>4</sup>  
Henrique César Coutinho da ROCHA<sup>5</sup>  
Higor BOCONCELO<sup>6</sup>  
João Victor BELLINE<sup>7</sup>  
Mauricio de Oliveira DANIEL<sup>8</sup>  
Tiago Pátaro PAVINI<sup>9</sup>  
Vitor Augusto Rodrigues FÁVERO<sup>10</sup>

Angelo Sottovia ARANHA<sup>11</sup>  
Francisco Rolfsen BELDA<sup>12</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### RESUMO

‘O Colarinho: dois dedos de informação’ foi um suplemento de jornal impresso produzido no ano de 2014 nas disciplinas de Jornalismo Impresso II e Planejamento Gráfico Editorial II, ambas dos alunos do curso de jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru. O produto teve como tema uma das bebidas mais aceitas pelos brasileiros: a cerveja. As reportagens desenvolvidas buscaram contextualizar a história, os processos de produção, a influência na sociedade, as relações entre álcool e saúde e também a importância econômica, além de apresentar sugestões de algumas marcas e suas principais características. O projeto gráfico editorial do suplemento buscou, por sua vez, apresentar inovações com o intuito de tornar o produto final atrativo e cativante, capaz de prender a atenção do leitor de seu começo ao fim.

**PALAVRAS-CHAVE:** colarinho; cerveja; unesp; cultura da cerveja; jornalismo impresso;

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade JO 03 Jornal-laboratório impresso (conjunto ou série), disponível em: [http://issuu.com/henriquecezar/docs/suplemento\\_o\\_colarinho\\_-\\_issuu](http://issuu.com/henriquecezar/docs/suplemento_o_colarinho_-_issuu)

<sup>2</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: biavital3@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: camilazv\_4@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: giovanna\_cco@hotmail.com.

<sup>5</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: h.cezar@hotmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: hboconcelo@hotmail.com.

<sup>7</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: j.belline@hotmail.com.

<sup>8</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: maudaniel1809@hotmail.com.

<sup>9</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: tiago.ppavini@gmail.com.

<sup>10</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: arfvitor@yahoo.com.br.

<sup>11</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: sottovia@faac.unesp.br.

<sup>12</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email: belda@faac.unesp.br.

## **1 INTRODUÇÃO**

Uma pesquisa do Ibope encomendada pela CervBrasil (Associação Brasileira da Indústria da Cerveja) mostra que 64% dos entrevistados escolhem a cerveja para celebrar os bons momentos junto à família e amigos. Também de acordo com a mesma CervBrasil, o setor cervejeiro recolhe anualmente R\$ 19 bi em tributos, emprega 1,7 milhões de pessoas e responde por 1,7% do PIB nacional. Em meio a uma cultura de apreciação da cerveja por parte dos brasileiros, concebe-se a ideia de ‘O Colarinho’, um suplemento que busca proporcionar aos leitores uma leitura agradável através de conteúdos leves e atrativos.

Como trabalho final das disciplinas de Jornalismo Impresso II e Planejamento Gráfico Editorial II do curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp de Bauru, o suplemento deveria, na visão dos alunos integrantes do grupo, possibilitar uma produção diferente do que até então os discentes estavam acostumados a produzir, destacando novas técnicas como composições gráficas, textos dinâmicos, infografia e iconografia envolventes e outras experiências. Neste contexto, o tema cerveja e suas diversas possibilidades de exploração cumpriram exatamente os anseios do grupo, dando origem ao ‘O Colarinho: dois dedos de informação’, um suplemento informativo, descontraído e provocador a respeito da cerveja, tudo reunido em uma linguagem suave e cativante.

## **2 OBJETIVO**

‘O Colarinho’ nasce com dois objetivos principais: exercer o melhor do jornalismo acerca de um tema, como pede um suplemento, e inovar em sua apresentação gráfica, garantindo a melhor absorção do conteúdo pelo público.

Neste sentido, o trabalho de reportagem buscou garantir a profundidade em relação às várias facetas que cercam uma das bebidas mais populares do Brasil, a cerveja. Para isso, se fez necessário um resgate e contextualização sobre a história da cerveja no mundo até sua chegada ao Brasil, as relações de importância econômica e de mercado da cerveja, as curiosidades que influenciaram na criação da cultura cervejeira no país e as influências nos diversos setores da sociedade. Um grande desafio foi encarar também a cerveja quando consumida em excesso, explorando os notáveis malefícios à saúde, sendo responsável por uma série de doenças e complicações, além de buscar entender até que ponto a cerveja pode desencadear a dependência por outras drogas, legais ou ilegais.

Já no aspecto gráfico, objetivou-se o desenvolvimento de um projeto gráfico capaz de equilibrar conteúdos de áreas diferentes, mas de um mesmo objeto. Lançou-se mão, nesta direção, de uma tentativa de unir elementos tradicionais de composições impressas com novas tendências como textos mais enxutos, forte presença de iconografia e ilustrações, composições textuais dialogando com infográficos e outros recursos visuais. Todas as tentativas visavam tornar o produto atrativo, quebrando a tendência de resistência dos leitores pelas produções impressas, apostando na capacidade criativa e na eficiência técnica da produção.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A execução de ‘O Colarinho’ atendeu, na visão dos alunos que participaram de sua produção, a vários aspectos importantes dentro de um curso de comunicação social com habilitação em jornalismo. Em primeiro lugar, o tema escolhido, cerveja, permitiu cumprir todas as exigências da concepção de um produto como suplemento, ou seja, através das 14 reportagens e das seis seções presentes, foi possível explorar os vários aspectos de um mesmo tema, em profundidade. Isso fez com que a produção cumprisse em 100% os objetivos da atividade proposta pelas disciplinas.

Em segundo lugar, na produção das reportagens, os alunos puderam colocar em prática os ensinamentos obtidos no âmbito da disciplina Jornalismo Impresso II, aplicando à produção do suplemento as técnicas específicas de tal produto como, por exemplo, a profundidade das reportagens, buscando um direcionamento mais analítico e menos factual, diferindo dos conceitos do jornalismo diário, presentes na disciplina Jornalismo Impresso I.

Em terceiro lugar, da mesma forma como no item anterior, foi possível exercitar as técnicas analisadas no âmbito da disciplina Planejamento Gráfico Editorial II. Após realizar a análise e estudos de suplementos que já circulam no mercado editorial, por meio da metodologia do professor, aplicaram-se os conhecimentos obtidos no planejamento de ‘O Colarinho’. Basicamente, conseguiu-se elaborar estratégias para garantir a atenção do leitor do começo ao fim do produto.

Contudo, através principalmente dos três aspectos apresentados, ‘O Colarinho’ conseguiu sintetizar os conceitos trabalhados em ambas as disciplinas em um produto, resultado de intenso trabalho jornalístico e gráfico, justificando sua produção e seus métodos utilizados.

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

A produção de ‘O Colarinho’ se deu paralelamente em duas áreas de atuação. A primeira, jornalística, se dedicou a produção de conteúdo. Sob a orientação do Professor Dr. Angelo Sottovia Aranha, foram realizadas reuniões de pautas para a escolha do tema, definição das áreas a serem tratadas dentro do tema e posteriormente a construção de cada pauta e distribuição para o repórter. Destaca-se que esta fase foi extremamente gratificante para os alunos, sendo que as reuniões de pauta conseguiram criar um ambiente de redação e relevantes aspectos do jornalismo foram levantados. Nesse período, pautas foram derrubadas e novas foram construídas, sempre com discussão entre toda a equipe e levantamento de questões por parte do Professor. As reuniões semanais continuaram durante todo o período de produção, sendo que toda a equipe acompanhou a execução de todas as matérias, sempre prezando para que os direcionamentos das matérias estivessem de acordo com a proposta editorial do suplemento.

A respeito da organização, a redação se dividiu da seguinte forma: Mauricio Daniel ficou com a edição geral, enquanto Beatriz Vital se responsabilizou pela produção/finalização das pautas. Fugindo um pouco da atual realidade das redações, foram escolhidos dois integrantes da equipe para realizarem uma revisão final de todos os textos, com o objetivo de garantir a uniformidade estilística e também a correção de acordo com as normas da língua portuguesa. Os revisores foram Maurício Daniel e Camila Valente. A diagramação ficou a cargo de Henrique César e Tiago Pavini, enquanto todos os integrantes atuaram como repórteres.

A segunda área de atuação ficou responsável pela elaboração do projeto gráfico editorial, que contou com a orientação do Professor Dr. Francisco Rolfsen Belda. Após análises de produtos já presentes no mercado editorial, foi possível extrair as melhores experiências e criar o projeto gráfico de ‘O Colarinho’. Através de reuniões semanais, a equipe, juntamente com o professor, avaliava as produções e encaminhavam correções. O trabalho de diagramação se intensificou na última semana, com o fechamento do material final. No geral, as técnicas utilizadas buscaram estabelecer organização, unidade e fluência ao suplemento.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

‘O Colarinho: dois dedos de informação’, foi concebido para o leitor apreciador de cerveja, maior de 18 anos, como bem diz o editorial do suplemento (DANIEL, 2014, p.2): “A cerveja pode ser chamada de verdadeira instituição nacional e foi pensando em você, leitor que também é apreciador do produto, que se concebeu ‘*O Colarinho*’”. Partindo do perfil de nosso leitor, extremamente heterogêneo, já que é possível encontrar apreciadores de cerveja em todas as classes sociais e faixa-etária de idade, a partir dos 18 anos, o grande desafio de ‘O Colarinho’ foi conseguir reunir todo o resultado de um profundo processo de apuração jornalística em linguagem compatível com os diversos perfis de apreciadores de cerveja.

O suplemento foi elaborado em formato A3 com 12 páginas e através de estudos as cores predominantes foram pertencentes às variações de laranja, bege e amarelo. Ao todo, foram 14 reportagens e seis seções. A capa buscou caracterizar a cerveja como “uma paixão nacional”, como dizia a manchete principal, por meio de um desenho do território brasileiro em formato de cerveja. Também foram apresentadas na capa quatro chamadas para reportagens de destaque da edição. A página dois apresentou três seções e o expediente. Além do editorial e um artigo de opinião, em seção intitulada de ‘ressaca’, a seção ‘papo de boteco’ apresentou um charge bem humorada fazendo relação entre a cerveja e o futebol. Na página três, duas matérias abordaram, respectivamente, um pouco da história da cerveja e da situação do mercado de cervejas no Brasil. Na página quatro foram abordados os processos de produção e também apresentados os vários tipos e estilos de características da bebida que conseguem atender a diversos paladares. Na página 5 uma reportagem especial destacou a influência da cultura alemã na cultura cervejeira do Brasil, com depoimentos de apreciadores. As páginas seis e sete trouxeram uma grande reportagem especial que buscou resgatar aspectos históricos e curiosos que ajudaram na construção da cultura da cerveja no Brasil e no mundo, destacando uma ‘linha do tempo’ da cerveja no Brasil e também um box que mostrou a novidade das cervejas artesanais. As páginas oito e nove buscaram abordar aspectos relacionados à saúde. Na página oito explicaram-se os malefícios à saúde que a cerveja causa, enquanto na página nove uma reportagem apontou que a cerveja pode ser considerada uma porta de entrada para outras drogas, ilícitas ou não. Uma entrevista com o renomado Dr. Ronaldo Laranjeira brindou a seção ‘tomando uma com...’. Na página 10, uma reportagem mostrou como a cerveja influencia a publicidade no país, enquanto outra matéria apresentou bandas que produzem suas próprias cervejas. Na página 11 foram

abordados aspectos relacionados à legislação, como as implicações da cerveja na lei seca e a venda da bebida em estádios de futebol durante a copa do mundo. Por último, a página 12 apresentou a seção “saideira”, com um roteiro de cervejas e suas características por todo o mundo.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Contudo, ‘O Colarinho’, na visão do grupo de alunos que participaram de seu desenvolvimento, cumpriu com seus objetivos propostos e foi além da simples conclusão de uma disciplina. O desenvolvimento despertou para alguns e reforçou para outros o prazer do fazer o bom jornalismo. Através da condução dos professores e da possibilidade de criação, a atividade incentivou os alunos a inovarem na execução de um produto cercado de incerteza, como é o caso de um material impresso nos dias de hoje. Isso potencializou o desafio de conseguir atingir um suplemento final capaz de envolver o leitor do começo ao fim. As experiências proporcionadas pelas reuniões de pauta, a discussão e correção dos textos junto ao professor, as reuniões para elaboração do projeto gráfico editorial e posteriormente as avaliações e apontamentos dos professores sobre o resultado final de ‘O Colarinho’ configuraram-se em relevantes contribuições na formação dos estudantes no que se refere à produção de um suplemento para jornal impresso. Neste sentido, o grupo também visualizou a oportunidade de através do suplemento se aproximar do mercado de trabalho, seja destacando o trabalho em portfólio ou apresentando o mesmo em eventos, como é o caso do Expocom. Nesta direção, reforça-se a satisfação e importância em submeter o presente trabalho ao XXII Prêmio Expocom 2015.

‘O Colarinho’ representou a união da possibilidade de se praticar ainda nos dias de hoje o bom jornalismo em meios impressos com a oportunidade de inovar e apostar em composições gráficas descontraídas e criativas. A experiência certamente foi marcante e será utilizada ao longo da carreira dos participantes.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BELTRAMELLI, Mauricio. **Cervejas: Bregas & Birras**. São Paulo: Ed. 2ª. Leya, 2014.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

MARTINS, N. **A imagem digital na editoração: manipulação e fechamento de arquivos**. São Paulo: Editora Senac Nacional, 2003.

SAMARA, T. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FERREIRA JUNIOR, J. **Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BAITELLO Junior, Norval. **A era da iconografia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.