

REVISTA LETRASET: RELATO DO PROJETO INTERDISCIPLINAR DE EDIÇÃO DE PERIÓDICO IMPRESSO

LETRASET MAGAZINE: REPORT OF THE INTERDISCIPLINARY PROJECT OF EDITING PROCESS OF PRINTED MAGAZINES

Davi Frederico do Amaral Denardi¹

Gutemberg Alves Geraldês Junior²

Resumo

O presente relato apresenta o processo de projeto e gráfico e de edição da revista Letraset, um projeto interdisciplinar dos cursos de design gráfico e jornalismo da Faculdade Satc de Criciúma/SC. O design editorial é uma área do design de comunicação responsável pelo projeto de periódicos impressos, nesse tipo de produto a interação entre jornalistas e designers é intensa e necessária, o que sugere que na formação de designers gráficos a interação com jornalistas é fundamental, e por isso, fazem-se necessárias práticas interdisciplinares que envolvam acadêmicos das duas especialidades. As práticas interdisciplinares podem ser consideradas abordagens do processo pedagógico que permitem e incentivam a interação entre diversas áreas do conhecimento, rompendo a atual rigidez curricular e possibilitando uma formação mais rica e consistente aos acadêmicos. Nesse sentido, a revista Letraset é um projeto de edição de periódico com o mesmo nome que incentiva a interação de acadêmicos de design e jornalismo e pode ser considerada uma categoria de ação interdisciplinar aplicável no projeto pedagógico de cursos de graduação em design e jornalismo. O projeto propicia aos acadêmicos de jornalismo uma visão da metodologia e das preocupações inerentes à prática do design gráfico, ao mesmo tempo que possibilita aos acadêmicos de design uma vivência do processo de edição e gestão da comunicação jornalística. Essa interação tem como objetivo ampliar a formação dos dois profissionais rompendo de certa forma a rigidez da estrutura acadêmica vigente no país atualmente.

Palavras-chave: interdisciplinaridade; design editorial; jornalismo; design gráfico.

Abstract

This report describes the graphic design process and editing of “Letraset” magazine, an interdisciplinary project of graphic design courses and journalism at Satc School of Criciúma / SC. The editorial design is a communication design area responsible for printed journals project, in this type of product the interaction between journalists and designers is intense and necessary, suggesting that in the formation of graphic designers the interaction with journalists is vital and therefore interdisciplinary practices are necessary involving the two academic specialties. Interdisciplinary practices can be considered approaches of the educational process that allow and encourage interaction

¹ Mestre, Faculdade Satc, denardi.davi@gmail.com

² Doutor, Faculdade Satc, gutemberg.geraldes@satc.edu.br

between different areas of knowledge, breaking the current curriculum rigidity and allowing a richer and consistent training to academics. In this sense, Letraset magazine is a journal editing project with the same name that encourages interaction of academic design and journalism and can be considered an interdisciplinary action category applicable to the pedagogical project of undergraduate courses in design and journalism. The project provides to journalism students an insight into the methodology and concerns inherent to the practice of graphic design at the same time it enables design students an experience of editing process and management of journalistic communication. This interaction aims to expand the training of two professionals breaking somewhat the rigidity of the current academic structure in the country today.

Keywords: interdisciplinarity; editorial design; journalism; graphic design.

1. Introdução

O design editorial é uma prática de projeto interdisciplinar, sendo que no contexto editorial o projeto e o processo de edição envolvem no mínimo dois profissionais, os designers e os jornalistas. Partindo desta perspectiva as disciplinas acadêmicas de projeto gráfico editorial deveriam contar com a interação desses dois perfis, propiciando aos acadêmicos uma perspectiva mais próxima do ambiente que ele encontrará no mercado. Contudo no período de um semestre a interação constante entre acadêmicos de design e jornalismo é pouco viável, dadas as obrigatoriedades acadêmicas dos dois perfis de curso.

O projeto gráfico editorial requer a interação de pelo menos dois profissionais, o jornalista, responsável pela proposição do conteúdo, da história a ser contada, na maioria das vezes na forma de texto escrito; e o designer, responsável por traduzir essa história em imagens e transformá-la em uma experiência estética.

Cada um dos profissionais possui uma base teórico-prática bastante distinta. No caso do design envolve elementos de linguagem visual, história da arte, gestão de projetos, cultura artística e visual, entre outros; e no caso do jornalista, teoria da comunicação, língua portuguesa, jornalismo impresso, radiojornalismo, telejornalismo.

Na formação dos dois perfis profissionais um dos desafios é o de propor ações interdisciplinares e coordenar ações em disciplinas, semestres e cursos diferentes, uma vez que cada um deles tem cronogramas e objetivos próprios. Além disso, alguns produtos, como revistas, livros, websites e projetos de identidade visual, só conseguem ser desenvolvidos com um investimento de tempo relativamente grande, e por isso raramente conseguem alcançar os objetivos pedagógicos em apenas um mesmo semestre letivo.

Uma das formas de proporcionar a experiência interdisciplinar de edição de periódicos é o desenvolvimento de projetos interdisciplinares, como é o caso da Revista Letraset do curso de Design Gráfico da Faculdade Satc. No projeto duas acadêmicas, uma estudante de jornalismo e uma de design gráfico trabalham juntas em cada uma das edições da revista. Essa experiência proporciona aos acadêmicos de jornalismo envolvidos noções mais precisas de projeto gráfico e experiência de leitura, dada principalmente pelo processo de diagramação de cada edição, e os acadêmicos de design gráfico passam a se envolver e discutir questões amplas de planejamento editorial, como redação jornalística e edição.

A fim de esclarecer essa proposta interdisciplinar, o presente artigo descreve o processo de desenvolvimento das quatro primeiras edições da revista, que aconteceu por meio do envolvimento de quatro bolsistas de design e jornalismo.

2. A Interdisciplinaridade no Design Editorial

O Design Editorial é uma disciplina do design de comunicação (ou design gráfico) especializada em publicações de natureza periódica e serial e unificadas por uma visão editorial ou criativa. São produzidos em uma frequência predeterminada e disponibilizadas por meio de assinaturas ou distribuição estratégica (APFELBAUM; CEZZAR, 2014).

Segundo Caldwell e Zappaterra (2014), a maioria dos produtos editoriais tem como principal objetivo a ideia da comunicação de um pensamento ou uma história por meio de uma organização e pela apresentação de palavras (organizadas em uma interface e corpo de texto) e elementos visuais. Apesar da amplitude desse conceito, o design editorial está mais fortemente relacionado ao projeto e produção de produtos de informação jornalística³.

Tradicionalmente o designer gráfico teria a responsabilidade de viabilizar, na forma de um projeto, os aspectos visuais da publicação, seja na forma de um projeto gráfico anterior ao lançamento da publicação, ou durante a edição de cada um dos seus números. Já os jornalistas ficariam responsáveis pela apuração das informações e geração do conteúdo textual, e em alguns casos essas especificidades resultam em um processo de edição estanque, com pouca interação entre os profissionais (WHITE, 2006).

Apesar da produção de publicações ser claramente o esforço de um ou vários profissionais, com resultados claramente diferentes e o designer gráfico ter uma função bastante específica, cada vez mais sua atuação se dá de forma transversal uma vez que no projeto gráfico e na prática da edição faz-se necessária uma visão geral da organização, bem como o conhecimento de todas as etapas de publicação (APFELBAUM; CEZZAR, 2014).

Além disso, uma das chaves do sucesso de uma publicação é o relacionamento entre o designer, o editor, bem como todos os outros profissionais envolvidos. Nesse contexto o designer é o segundo profissional que mais interage com a equipe, sendo o primeiro o próprio editor (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

Assim, percebe-se que no contexto do design editorial jornalistas e designers atuam sempre em conjunto seja durante o projeto gráfico editorial, momento mais específico de planejamento gráfico, quanto no processo de edição onde cada história toma forma.

2.1. Projeto Gráfico e Edição

O que se considera projeto gráfico é a definição de todos os aspectos visuais que farão parte de uma publicação ao longo de várias edições. Assim, o projeto gráfico deve permitir ao mesmo tempo consistência e flexibilidade, já que deve estabelecer uma

³ Conceito apresentado pelas autoras, contudo, reconhece-se que o design editorial se amplia para além da prática jornalística e engloba outros produtos como livros e catálogos, por exemplo.

identidade visual à publicação ao mesmo tempo que deve permitir que cada número e cada história tenha uma estética própria.

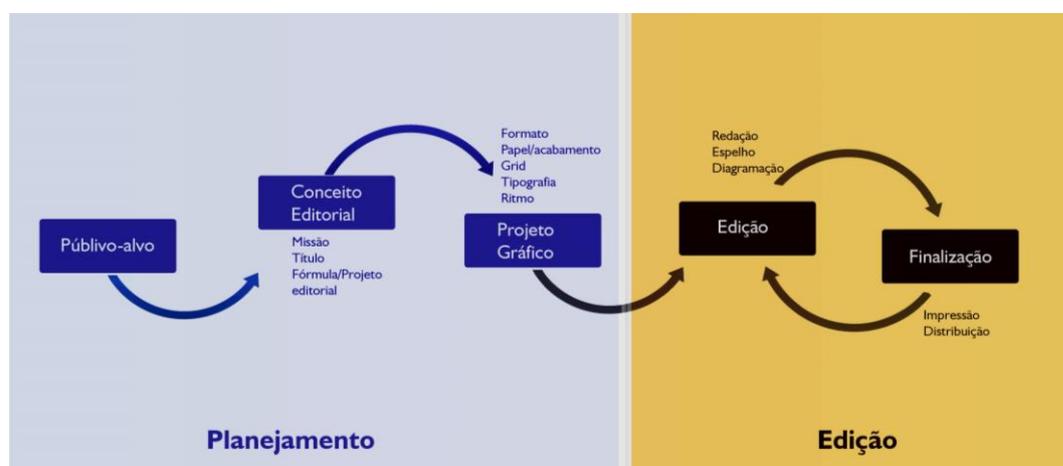
Para a prática do design gráfico pode-se identificar dois processos de projeto, o projeto gráfico propriamente dito, que formaliza os principais elementos gráficos que compõem um periódico impresso; e o processo de edição, que diz respeito à organização e diagramação das matérias de cada um dos números do periódico (ALI, 2009).

Enquanto o projeto gráfico pode ser considerado de responsabilidade do designer, no processo de edição ela deve ser dividida com repórteres, editores e fotógrafos, o que implica em uma prática interdisciplinar mais intensa.

O projeto gráfico editorial pode ser estruturado em duas etapas, uma etapa de planejamento, de cunho mais estratégico e que se reflete a longo prazo, e etapas de edição, que são cíclicas e mais voltadas a concretização operacional da publicação (ALI, 2009; WHITE, 2006).

Essas etapas são descritas mais detalhadamente por Ali (2009), e podem ser divididas em cinco grandes etapas, três delas mais fortemente voltadas ao planejamento estratégico da publicação e duas grandes etapas de edição (Figura 1).

Figura 1: Processo de Desenvolvimento de Projetos Gráficos Editoriais.



Fonte: Fonte: Elaborado pelos Autores com base na definição conceitual de Ali (2009).

Ali (2009) não define essas cinco preocupações como etapas de projeto propriamente ditas, porém, elas podem ser aplicadas como tal uma vez que existe uma relação lógica entre os conceitos.

Para Munari (2008) os métodos de projeto são etapas indispensáveis do processo de design e auxiliam no processo criativo. Para o autor, o método de design “não é mais que uma série de operações necessárias, dispostas em uma ordem lógica, ditada pela experiência” (MUNARI, 2008, p. 10), com o objetivo de atingir o melhor resultado com menor esforço. O autor lembra que os métodos não são absolutos nem definitivos e podem ser modificados para melhorarem o processo de design.

Bürdek (2006) comenta que as metodologias de design se destinam a aperfeiçoar métodos, regras e critérios do processo de design. Além disso, para o autor,

através da discussão das metodologias, o design passou a ser mais comunicável, e com isso aprendível e ensinável.

Assim, as preocupações endereçadas por Ali (2009) podem servir como base teórica para um método ou processo de desenvolvimento de produtos para o design editorial.

A fim de esclarecer as etapas de projeto utilizadas no desenvolvimento da revista Letraset as principais etapas serão discutidas a seguir.

A primeira grande etapa proposta por Ali (2009) são as necessidades do público-alvo, devem ser definidas por meio de pesquisas de campo a fim de identificar preferências de conteúdos e de posicionamento editorial.

A partir da definição do público é definido o conceito editorial, que é composto pela missão, título e fórmula ou projeto editorial.

A missão editorial é o mote principal da publicação, geralmente ele é descrito como uma frase ou parágrafo curto que torna explícito para a equipe editorial os conceitos e o posicionamento da publicação. Todas as decisões editoriais devem de alguma forma ser balizadas pela missão editorial, e esta deve estar sempre na mente de repórteres, editores e designers (ALI, 2009).

O título ou nome da publicação deve de alguma forma expressar a missão da publicação e ter apelo em relação ao público-alvo. A recomendação é que ele seja curto (preferencialmente uma única palavra) e que não tenha similares (ALI, 2009).

O projeto editorial define a estrutura de conteúdos da publicação, organizadas geralmente em editorias e cadernos, e estabelece como estes grandes grupos de conteúdos se relacionam entre si.

No projeto gráfico são planejados antecipadamente todos os elementos gráficos que poderão ser utilizados no processo de edição, e também são estabelecidos todos os padrões estéticos que de alguma forma expressem a missão editorial e tenham efeito no público-alvo (ALI, 2009; CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014).

Elementos comuns projeto gráfico editorial são: formato, papel, definições de acabamento, grades, padrões tipográficos, paleta cromática e ritmo editorial.

O processo de edição surge como forma modeladora da notícia. É uma das etapas mais importantes no jornalismo, porque passa por uma tomada de decisão que sofre efeito de pressões externas, internas, de ordem ética e pessoais (BAHIA, 2009).

Desta forma, pode-se dizer que a edição passa pelos limites da objetividade e da subjetividade. Classifica-se as notícias por editorias, dentro das editorias por níveis de interesse ou relevância e, dentro de uma página impressa, em função de elementos que agregam, como imagens (foto, ilustração, infográfico, etc.) (WHITE, 2006).

O papel inicial da edição, então, é a intermediação da relação entre veículo, aqui um meio impresso, e o público a que se destina. A função do editor é, primeiramente, a de ser filtro das notícias que lhe chegam à mesa. Determinado que tal notícia é relevante para o público-alvo, passa-se a formatação textual condizente (LAGE, 2004).

Contudo, o processo de edição não se dá apenas sob o ponto de vista exclusivamente textual, cada história, cada ideia é formatada em uma interface que é tanto texto quando imagem, e deve propor aos leitores uma experiência rica tanto sob o ponto de vista da informação quanto do ponto de vista estético (CALDWELL;

ZAPPATERRA, 2014).

A atuação do designer pode se dar então de três formas, apenas como projetista na etapa de planejamento, e nesse caso o relacionamento com a publicação se esgota com a concretização do projeto gráfico; como designer-editor contribuindo somente nas diferentes edições da publicação; ou como projetista-editor, envolvendo-se desde o projeto gráfico e mantendo o relacionamento com a publicação ao longo de todas as edições da publicação.

Assim, pode-se observar que a concretização de projetos gráficos editoriais é essencialmente o fruto de uma prática interdisciplinar. Nas etapas de planejamento (Figura 1) faz-se necessária a interação de gestores, editores, designers e leitores. Nas etapas de edição essa interação se dá entre jornalistas, editores e designers.

2.2. A Interdisciplinaridade no Design Gráfico

O design é por natureza uma área de conhecimento interdisciplinar, porque na sua prática deve envolver inúmeros conhecimentos de domínios distintos, e não é raro ver designers caminhando por áreas que não lhe dizem respeito (FONTOURA, 2011).

Além disso, a inovação, que pode ser considerada um dos principais objetivos do design, acontece quando as organizações introduzem um novo processo, produto ou serviço, ocasionando uma vantagem competitiva (KISTMANN, 2014).

Ainda para Kistmann (2014) a inovação radical acontece quando informações se cruzam de formas não usuais em cenários culturais sociais ou tecnológicos diversos, ou seja, em um ambiente interdisciplinar.

Apesar dessa virtude interdisciplinar do design e a necessidade explícita de inovação dessa área do conhecimento, o ensino do design ainda sofre o efeito do especialismo, que compartimenta rigidamente o conhecimento e dificulta o trânsito entre os saberes (FONTOURA, 2011).

Além disso, a atual estrutura curricular de uma forma geral está construída sob uma perspectiva fortemente positivista, contudo, o pensamento contemporâneo aceita as ambiguidades e contradições humanas, e se constrói pelo cruzamento de diversos processos históricos, sociais e culturais e não exclusivamente pelo especialismo excessivo (GESSER; RANGHETTI, 2011).

Fontoura (2011) afirma que a rigidez dos programas de ensino no design tem origem na ignorância e na falta de compreensão das potencialidades de inovação dadas pelo cruzamento e interpenetração de diferentes disciplinas. Além disso, restrições legais, estruturais, econômico-financeiras, de recursos humanos, acadêmico-administrativas ou contextuais contribuem para o enrijecimento desses currículos.

Para Dias e Gontijo (2006) a maior dificuldade em integrar conhecimentos estanques e pulverizados em disciplinas diversas se localiza nas disciplinas de projeto, o que cria obstáculos e frustrações para professores e alunos.

Para as autoras, experiências que promovem a interdisciplinaridade no ensino do design e que conseguem romper as barreiras podem ser encontradas em quatro categorias: temas transversais, núcleos interdisciplinares, interdisciplinaridade em projetos e currículos baseado em competências.

Os temas transversais são conceitos base que são utilizados por várias disciplinas

em um curso. Dias e Gontijo (2006) dão o exemplo do curso de Design Industrial da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG) onde os conceitos de “uso” e “estética” são abordados em todas as disciplinas das fases iniciais, e os conceitos de “tecnologia” e “gestão” são tratados nas fases finais.

Já nos núcleos interdisciplinares, as unidades departamentais de todos os cursos passam a atuar como núcleos de outros cursos. Nesse caso, as disciplinas passam a ter uma abordagem mais ampla e assim se adaptam a diferentes contextos.

A interdisciplinaridade em projetos se constitui como uma alternativa de organização curricular que contempla teoria e prática de forma integrada dentro dos cursos de design. Na experiência relatada por Dias e Gontijo (2006) o curso não é organizado em disciplinas estanques, mas em núcleos de projeto que contemplam diversas necessidades do ensino do design, com vieses prático, poético, tecnológico, gerencial, entre outros. Nesse modelo não existe uma progressão semestre a semestre, mas uma construção individual e iterativa do conhecimento, e a cada semestre os acadêmicos migram de núcleo para núcleo contemplando assim uma variedade de experiências.

Finalmente, para Dias e Gontijo (2006) o currículo baseado em competências compreende um processo de construção do conhecimento que passa tanto por aspectos teóricos (saber-fazer), atitudinais (saber-ser) e prático (saber-agir), contemplando assim diversas dimensões cognitivas e motoras.

A interdisciplinaridade no design ainda leva em consideração três grandes características: o projeto de algo ainda inexistente, a sua relação com a produção industrial e comercial e a criatividade como prática. Nesse contexto a inovação no design acontece quando ele consegue estabelecer associações não usuais entre setores diversos e que aprofundem o conhecimento dos meios de produção, uso e circulação de produtos. Para isso, o designer deve desenvolver o pensamento lateral, explorando a intuitividade e a interdisciplinaridade na associação de conceitos de uma forma não usual (KISTMAN, 2014).

Os estudos interdisciplinares se diferenciam dos disciplinares porque esses se apoiam na experiência que já existe, estudando fenômenos derivados da realidade existente, enquanto que os interdisciplinares produzem a realidade que os contextualiza. Com isso, pode-se claramente ver a importância e a ligação da interdisciplinaridade na pesquisa em design, de base tecnológica e sua relação como uma *quasi* ciência (KISTMAN, 2014).

Assim, pode-se observar que a interdisciplinaridade é uma das características fundamentais do design editorial e do próprio design como disciplina. No design editorial essa interdisciplinaridade pode se dar por meio da interação entre jornalistas e designers, que atuam conjuntamente a fim de propor aos leitores uma experiência ampla e rica de cada estória.

Como foi visto, no ambiente acadêmico a interdisciplinaridade esbarra em estruturas curriculares rígidas e pela cultura do especialismo excessivo. Porém, esses entraves podem (e devem) ser superados por meio de temas transversais, núcleos interdisciplinares, projetos e currículos baseado em competências.

Nesse sentido, a Revista Letraset pode ser considerada uma variação da interdisciplinaridade por meio de projetos sugerida por Dias e Gontijo (2006). Na abordagem das autoras a interdisciplinaridade em projetos se dá dentro da grade

regular dos cursos, porém, atualmente a Revista Letraset se configura como um projeto extra-curricular.

3. O Caso da Revista Letraset

A revista Letraset é uma publicação digital do curso de Design Gráfico da Faculdade Satc. Com periodicidade semestral, a revista objetiva abrir um espaço de discussão entre a produção acadêmica, seja ela teórica ou tecnológica, e as práticas de mercado. A publicação contempla artigos relacionados às principais áreas de atuação do Designer Gráfico, como Branding, Design Editorial, Design Digital, Design de Superfície, Design Cerâmico, Design Promocional e Design de Informação, e se destina a profissionais, estudantes e pesquisadores de Design, além profissionais de disciplinas relacionadas ao tema.

3.1. Projeto Gráfico

O projeto gráfico da revista foi definido por meio do método apresentado no capítulo 2.1. Por ser uma publicação do curso de design gráfico, as etapas de planejamento tiveram como base as necessidades estratégicas de coordenadores e docentes do curso de Design Gráfico, que atuam como gestores da publicação, e preferências de acadêmicos do curso, que se configuram como representantes do público-alvo da publicação, que pode ser configurado como designers, estudantes de design e empresários.

A missão editorial foi definida como três conceitos síntese “criatividade, mercado e educação”. A termo “criatividade” diz respeito ao design como processo criativo, e nesse sentido a revista deve ser um lugar de discussão de processos e técnicas criativas. O termo “mercado” objetiva deixar explícito o posicionamento do design como ferramenta para criação de valor e inovação. E o termo “educação” reflete a necessidade de apresentar e discutir a educação do/no design.

O título “Letraset” foi definido em um *brainstorm* com coordenadores e professores do curso de Design Gráfico e a palavra foi selecionada por fazer parte da história do design gráfico sendo referência tanto estética e como processo criativo.

A fórmula editorial reflete quase literalmente a missão editorial, as três principais editorias da revista - design, negócios e educação - veiculam matérias sobre processo criativo (design), o design como ferramenta de mercado (negócios) e projetos desenvolvidos no curso de graduação e disciplinas e trabalhos de conclusão (educação).

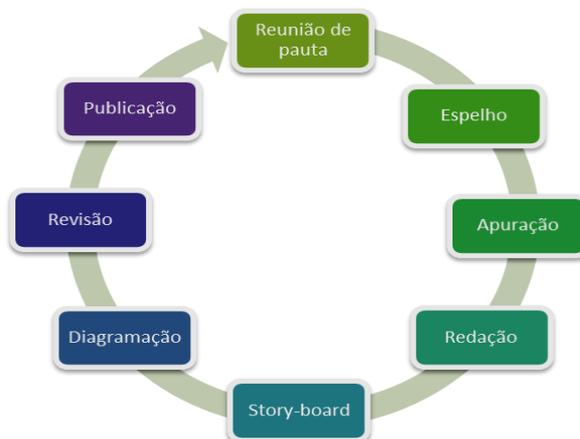
O projeto gráfico propriamente dito foi desenvolvido para veiculação na plataforma “ISSUU”, ferramenta digital de publicação especializada em periódicos. Assim, todos os elementos gráficos editoriais foram otimizados para visualização em notebooks e *tablets*.

3.2. Edição

A edição da revista se dá por meio da atuação de dois editores, um deles docente do curso superior de design gráfico e outro do curso de jornalismo, um professor orientador, docente do curso de design gráfico, e dois acadêmicos, sendo um deles do curso de design gráfico e outro do curso de jornalismo.

O processo de edição se dá de forma cíclica e geralmente segue as etapas descritas na Figura 2.

Figura 2: Processo de Edição da Revista Letraset.



Fonte: Elaborado pelos Autores

Na reunião de pauta são definidos o grande tema e as possíveis matérias que farão parte de cada edição, a reunião acontece com a presença de todos os componentes do corpo editorial da revista e todos são convidados a contribuir com o planejamento.

O resultado da reunião de pauta é um espelho editorial que explicita a organização dos conteúdos, a distribuição das responsabilidades de cada componente e a lista de fontes de informação para cada matéria. Também são definidas nessa etapa os materiais especiais ou complementares, como infográficos, ilustrações, fotos, boxes, entre outros.

O espelho é produzido por folhas de papel adesivadas em uma parede e fica exposto até o fim do processo de apuração das matérias a fim de comunicar constantemente a estrutura definida para a edição (Figura 3).

Figura 3: Exemplo de Espelho Editorial Utilizado na Edição da Revista Letraset.



Fonte: Elaborado pelos Autores

As etapas de apuração e redação são realizadas predominantemente pelos dois acadêmicos, que atuam em conjunto e são acompanhados pelo professor orientador. Também nessa etapa são produzidos os conteúdos especiais ou de apoio.

Com as matérias apuradas e redigidas a equipe passa para a definição do *story-board* da publicação, que é um refinamento do espelho editorial. Nessa etapa além da estrutura principal dos conteúdos são definidas por meio de rascunhos a expressão visual de cada uma das páginas e o ritmo editorial da revista. O *story-board* é desenvolvido pelos acadêmicos sob supervisão do professor orientador.

A diagramação da revista pode ser definida como o processo de editoração eletrônica das matérias, tendo como base o *story-board* desenvolvido na etapa anterior. Assim, todos os elementos de cada uma das matérias passa por um refinamento gráfico onde são aplicados os padrões do projeto gráfico da revista e editadas as matérias conforme a necessidade.

Após a diagramação, toda a revista passa pela revisão de todos os envolvidos e também por docentes de jornalismo e design gráfico que não estão diretamente envolvidos no processo. Essa revisão final permite a identificação de erros de grafia, inadequação técnica e mesmo mudanças na diagramação e edição a fim de esclarecer ou adequar matérias.

3.3. A Revista Letraset como Prática Interdisciplinar

A revista Letraset tem dois anos de existência ao longo dos quais foram publicadas quatro edições (Figura 4) e envolveram no total quatro acadêmicos, dois de design gráfico e dois acadêmicos de jornalismo.

Figura 4: Capas das Quatro Primeiras Edições da Revista Letraset.



Fonte: Elaborado pelos Autores

A revista como projeto se propõe à ampliação das competências de ambos os perfis de acadêmico. De um lado os acadêmicos de design entram em contato com os conceitos de pauta, de organização de conteúdo, aspectos relacionados ao planejamento e gestão de comunicação. De outro lado, os acadêmicos de jornalismo têm a possibilidade de pensar a publicação como produto de uma forma mais ampla, levando em consideração aspectos estético-culturais além de ampliar os conceitos de criatividade e inovação, conforme sugere Fontoura (2011).

Dentro do projeto os acadêmicos também são incentivados a interagir em todas as etapas do processo de edição. Assim, os acadêmicos tem a possibilidade de ver a publicação sob um ponto de vista amplo, desde uma visão de gestão estratégica até a definição do último detalhe de cada edição.

O projeto também pretende deixar os contornos do especialismo menos rígidos (GESSER; RANGHETTI, 2011), uma vez que os acadêmicos de design têm liberdade de discutir e definir aspectos de comunicação.

Sendo uma publicação voltada ao público de design, muitas das matérias são produzidas a quatro mãos com a interação e discussão dos dois perfis de acadêmico, e algumas matérias são escritas exclusivamente por acadêmicos de design, o que proporciona a eles uma competência particular de geração de conteúdo.

No mesmo sentido, os acadêmicos de jornalismo são convidados a contribuir no planejamento gráfico de todas páginas, discutir todos os resultados e em alguns casos diagramar as páginas. Essa prática tem como objetivo proporcionar aos acadêmicos o desenvolvimento de um senso crítico em relação ao produto, e nesse caso não bastam percepções e opiniões pessoais, mas adequações aos objetivos da edição em termos gráficos, estéticos e estratégicos, conforme sugerem Caldwell e Zappaterra (2014) em relação ao projeto de periódicos.

No projeto os acadêmicos também são convidados a converter os objetivos estratégicos em uma experiência por meio de elementos gráficos, prática que é pouco explorada no ambiente acadêmico dos cursos de jornalismo.

É proposta do projeto que a interdisciplinaridade aconteça por meio da própria interação entre os participantes conforme sugerem Kistmann (2014) e Fontoura (2011). Ao longo do processo de edição, as competências dos acadêmicos de jornalismo e design se interpenetram de forma imperceptível e natural, e faz com que ambos sejam fortalecidos como profissionais, pesquisadores e seres humanos.

Essa interação sutil só é possível ao longo de certo tempo, e como cada edição leva em média seis meses para se concretizar, é nesse período que as relações se estreitam e que os conhecimentos são aprofundados. Além disso, por ser mais generoso que o tempo encontrado no mercado, o projeto propicia que as discussões, o conhecimento e o relacionamento tenham tempo de amadurecer com mais propriedade.

Finalmente, o projeto possibilita assim a vivência de aspectos teórico, prático e atitudinal em um ambiente menos rígido que as estruturas acadêmicas tradicionais (DIAS; GONTIJO, 2006) ao mesmo tempo que propõe uma interação necessária entre designers e jornalistas (APFELBAUM; CEZZAR, 2014; CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014; WHITE, 2006).

4. Considerações Finais

A formação de indivíduos, pesquisadores e profissionais não se dá apenas de forma linear e positivista, mas sim por meio de experiências, sobretudo experiências interdisciplinares. Um dos desafios dessa formação é a de estabelecer abordagens que possam propiciar contornos menos rígidos à formação e que privilegiem a interação entre os indivíduos, e no caso do design, também a interação entre indivíduos, produtos e processos.

Nesse sentido, projetos como a revista Letraset podem ser considerados uma proposta viável para cursos de comunicação e design uma vez que esse tipo de produto se estabelece claramente como um ponto de intersecção na prática de designers gráficos e jornalistas além de se mostrar viável como prática didática.

Um dos desafios de qualquer projeto é a adaptação às necessidades, assim, o projeto “revista Letraset” continuará a ser desenvolvido incorporando-se aspectos de design e comunicação digital, temas urgentes e necessários à formação de designers e jornalistas e que até então não faziam parte do escopo.

Finalmente, para futuros estudos serão incorporadas as percepções dos acadêmicos envolvidos no projeto a fim de esclarecer de que forma esse tipo de proposta pode contribuir para a sua formação profissional. Também pretende-se a longo prazo contactar ex-intergrantes do projeto a fim de conhecer de que forma as competências desenvolvidas ao longo do projeto puderam ser aplicadas no ambiente profissional.

Referências

- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009. 399 p. ISBN 9788504015607.
- APFELBAUM, Sue; CEZZAR, Juliette. **Designing Editorial Experience**. Beverly: Rockport Publishers. 2014. ISBN-13: 978-1592538959
- BAHIA, Juez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2009. 443 p. ISBN 9788574783048
- BÜRDEK, Bernhard. **Design: história, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: E. Blucher, 2006. 496 p. ISBN 8521203756
- CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. **Editorial Design: Digital and Print**. London: Laurence King Publishing. 2ª edição. 2014. ISBN-13: 978-1780671642
- DIAS, Maria Regina Álvares Correia; GONTIJO, Leila Amaral. The interdisciplinarity in Design Education. **Revista Design em Foco**. (Vol. 3, n. 2, pp. 49-66). Salvador: EDUNEB. 2006
- FONTOURA, Antonio Martiniano. Interdisciplinarity and the Design teaching. **Projética Revista Científica de Design**. (Vol. 2, n. 2, pp. 86-95). Londrina: Universidade Estadual de Londrina. 2011.
- GESSER, Veronica; RANGHETTI, Diva Spezia. O currículo no ensino superior: princípios epistemológicos para um design contemporâneo. **Revista e-curriculum**. São Paulo. Volume 7, número 2, Agosto de 2011.
- KISTMANN, Virginia Borges. Interdisciplinaridade: questões quanto à pesquisa e à inovação em design. **Estudos em Design**. Rio de Janeiro: v. 22, n. 3. 2014.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 378p. : ISBN 9788533624375

WHITE, Jan Van. **Editing by design**: word-and-picture communication for editors and designers. Nova Iorque: Allworth Press. 3rd edition. 2006. ISBN-13: 978-1581153026

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2004.