

Faculdade Cásper Libero – Jornalismo – 3º Ano
 Disciplina: Administração de Produtos Editoriais – Prof. Renato Delmanto
 Aula Projeto Editorial – texto de apoio 2

2006 - O jornal em duas velocidades ¹

O mundo mudou muito e tem mudado muito, mas o leitor continua a manter uma relação emocional, íntima com o seu jornal. Os pesquisadores que recrutavam respondentes para os grupos de foco na virada para 2006 ficaram surpresos.

À pergunta “Qual jornal você lê?”, quase todos respondiam: “Ah, eu assino a **Folha!**”. A troca de verbo era automática, como se o entrevistado fizesse questão de ressaltar o hábito decantado, a relação orgulhosa de consumo. Aos poucos, porém, essa mesma pessoa deixava escapar que o dia-a-dia de atribuições conspirava para afastá-la da convivência com o produto, papel e tinta.

Hoje o leitor perde cada vez mais tempo no trânsito, dedica cada vez mais tempo à sua capacitação profissional, fala cada vez mais tempo ao celular, gasta cada vez mais tempo nos e-mails, despende cada vez mais tempo em novas plataformas de mídia. Quantos ainda cumprem uma jornada de trabalho 9h-17h? Por conta disso, o público fica extremamente grato toda vez que o jornal faz algo que facilite (não necessariamente acelere ou encurte) a sua experiência de leitura.

A **Folha** ostenta um forte capital político e institucional, graças ao projeto editorial inovador e bem-sucedido que disseminou no jornalismo brasileiro conceitos como independência, pluralismo e apartidarismo. Mas outro forte atributo do produto é o fato de ser reconhecido como amigável, clean, divertido, bem diagramado, fácil de consultar.

Essa particularidade não escapou aos integrantes da comissão interna que por mais de um ano debateu novos rumos e propôs as bases de um novo projeto. Teríamos de manter uma tradição de design arrojado, levá-la a um novo extremo, com o objetivo de atender um leitor sobrecarregado, mas ainda interessado no ato de se informar:

- aquele que busca os assuntos que lhe são caros (“O que a minha **Folha** traz sobre o que me interessa?”);
- aquele que procura validar ou confrontar o que tomou conhecimento por outras mídias (“O que a minha **Folha** diz acerca disso?”);
- aquele que pretende se surpreender com conteúdo (“O que eu posso aprender hoje na minha **Folha**?”).

A reforma que as próximas páginas apresentam buscou evitar uma solução fast food. Não recorre a seções popularescas, não faz pirotecnia tipográfica nem impõe contorcionismos morfológicos. Tampouco lança uma cruzada antitexto, pelo contrário. A **Folha** não renunciará ao papel de diário mais influente do Brasil, líder do mercado de quality papers. Se o leitor se dispõe a penetrar, digamos, em sete assuntos por edição, cabe ao jornal zelar para que os sete assuntos estejam tratados com sofisticação. Daí a dupla ambição deste projeto: enriquecer o percurso e impedir a dispersão de quem apenas folheia o produto e, ao mesmo tempo, garantir a satisfação de quem mergulha no conteúdo. As novas ferramentas gráficas transcendem o aspecto visual.

Servem de alavanca para o exercício de um jornalismo mais focado, analítico, minucioso e denso – um desafio que deverá implicar novos procedimentos e um repensar do fazer jornal.

¹ Texto de autoria de Melchiades Filho e Massimo Gentile, que abre o **Manual de Filosofia e Formatos**, distribuído aos jornalistas da Folha junto ao lançamento do projeto gráfico 2006 do jornal, em 21/05/2006. Não se trata de uma nova edição do **Projeto Folha**, mas traz um completo detalhamento das mudanças visuais implementadas e as razões por que foram feitas. O trabalho foi produzido sob orientação da mesma equipe que cuidou da reforma e tem óbvias pretensões didáticas. O texto dá o tom do que se pretende tanto com o Manual quanto com a reforma gráfica em si.