



Ana Dutra, advogada da Abril, recomenda cuidado na escolha dos adjetivos

LONGE DOS PROCESSOS

Noções de direito são indispensáveis à comunicação

TEXTO Patrícia Vieira FOTOGRAFIA Rafael Cusato (alunos do Curso Abril de Jornalismo 2007)

O jornalista Lúcio Flávio Pinto, 56, está entre os campeões de processos da imprensa brasileira. Com 18 em andamento – por denúncias que fez em seu *Jornal Pessoal* –, ele quase não tem tempo para exercer a profissão. É ele quem acompanha cada passo das ações e redige as peças. Isso porque nenhum advogado quer defendê-lo. Depois de tantas denúncias de corrupção, desmatamento, grilagem de terra e uso indevido da mídia envolvendo figurões do Pará, inclusive juízes, ninguém quer comprar sua briga.

De acordo com levantamento feito pela revista *Consultor Jurídico* em 2003, há mais processos contra grandes grupos de comunicação do que jornalistas nas redações pesquisadas. À época eram 3342 ações judiciais para 2783 jornalistas. Se todas as causas fossem vencidas, as empresas teriam de arcar com um prejuízo de aproximadamente 65 milhões de reais.

Dependendo da situação, famosos podem alegar invasão de intimidade ou difamação, e políticos sentem-se facilmente injuriados ou caluniados, podendo entrar com ações tanto na esfera cível – alegando danos morais e pedindo indenização – quanto na esfera criminal – cuja pena envolve multa e reclusão do autor da matéria (se não for assinada, o diretor de redação é responsabilizado).

Para evitar encrenca, a recomendação é ter bom senso. Sobreretudo com relação à forma. “Dá para dizer de tudo, desde que do

jeito correto. Muitas vezes o problema está na adjetivação”, explica Ana Dutra, advogada da Editora Abril. Uma única palavra pode ser suficiente para ficar enroscado por anos em um processo. Para entrar na Justiça, os que se sentiram ofendidos têm até três anos para fazê-lo. Como no código anterior o prazo era de até dez anos, Ana recomenda guardar as provas (documentos, e-mails e gravações) por, no mínimo, cinco anos. Em casos de condenação, é improvável que haja prisão. A pena geralmente é revertida em serviços à comunidade. ■

Serviço

- Exigências jurídicas para abrir uma empresa jornalística: <http://www.anj.org.br/?q=node/9>
- Dicas de legislação para empresas jornalísticas: <http://www.anj.org.br/?q=node/29>
- Links de direito para jornalistas: <http://www.mp.pr.gov.br/imprensa/pilulas.html>
- O manual Noções de Direito para Jornalista: <http://www.trf3.gov.br/manualacom/index.htm>

COMO PEDIR “ILUSTRAS”

Diálogo entre texto e imagem é fundamental

TEXTO Thiago Cid ILUSTRAS Alice Vasconcellos (alunos do Curso Abril de Jornalismo 2007)

Lembra-se de quando era criança e só lia livros com muitos desenhos? Livro sem figura espanta o leitor.

O mesmo acontece com as revistas. Numa época em que as pessoas têm pouco tempo para leitura, as imagens de uma revista são cada vez menos decorativas e mais funcionais. A ilustração é a vitrine do texto. Ela convida à leitura e prende a atenção do leitor. Com efeitos visuais de forte apelo sensorial, as ilustrações conquistaram de vez seu espaço nas revistas brasileiras. Diante desse mercado, os novos talentos perguntam-se: o que deve ter uma ilustração?

As ilustras, no jargão da área, são mecanismos muito eficientes de sedução. Elas possibilitam ao leitor chegar ao impossível, visualizar eventos que não possuem registros fotográficos. De que outra forma se veria uma cidade grega ou uma batalha de dinossauros? Além disso, com suas formas, cores e texturas, elas passam uma carga dramática que busca despertar algum tipo de inquietação no leitor. Uma ilustração tem de surpreender. E, mais importante, estar em sintonia com o espírito da matéria.

“A ilustra é o espaço para o humor”, diz Vanina Maia, editora de arte das revistas *Info Corporate* e *Info Canal*. Nessas revistas, ilustrações bem-humo-

radas com traços elegantes servem para equilibrar as matérias, longas e extremamente informativas. Com público de alto poder aquisitivo e instrução elevada, a *Info* exige que as ilustras expressem a linguagem da revista com classe.

“A ilustração deve encapsular a idéia do texto para, isoladamente, expressar um significado completo”, avalia o ilustrador Cellus. O diálogo entre texto e imagem é fundamental, mas

A ILUSTRÇÃO É A VITRINE DO TEXTO. CONVIDA À LEITURA E CATIVA O LEITOR

o leitor preguiçoso, que só quiser olhar as figuras, também terá idéia do que se trata. Boas ilustras, porém, incentivam a leitura.

Da pauta ao traço

As ilustras nascem de parto normal, ou seja, são decorrentes do desenvolvimento natural do tema. Depois de definido o foco da matéria, o editor de arte pauta o ilustrador e começa a negocia-

ção. Geralmente com prazos enxutos, matéria e ilustração correm paralelas. Daí a necessidade de o ilustrador conhecer a linguagem da revista. É a sua sensibilidade que dará sentido à imagem de um texto que ele não leu. “O mais importante é trabalhar com alguém que não se importe de alterar tudo no meio do processo”, conta Adriano Sambugaro, diretor de arte da *Superinteressante*. Reviravoltas acontecem, e enviar esboços e mais esboços é a forma de trabalho.

Para entrar no mercado, o importante é se fazer presente. Enviar portfólios, participar de encontros, visitar redações. Foi assim que Sattu iniciou carreira na ilustração. Os diretores de arte estão sempre à procura. Num evento em Belo Horizonte, Sattu alugou um estande para exibir seus trabalhos. Um diretor de arte da Abril viu e gostou. Dois anos depois, ele já tem trabalhos em várias revistas. Seu conselho? Não ficar parado. “O talento é 100% suor.” ■