

ANA CAROLINA FÉLIX LEÃO
PATRÍCIA NEVES DE FREITAS

OPEN – A REVISTA FOTOGRÁFICA DOS BARES DE VIÇOSA

Viçosa – MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV
2016

ANA CAROLINA FÉLIX LEÃO
PATRÍCIA NEVES DE FREITAS

OPEN – A REVISTA FOTOGRÁFICA DOS BARES DE VIÇOSA

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Felipe Lopes Menicucci

Viçosa – MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV
2016



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Artes e Humanidades
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

O Projeto Experimental intitulado *Open – A Revista Fotográfica dos Bares de Viçosa*, de autoria das estudantes Ana Carolina Félix Leão e Patrícia Neves de Freitas, aprovado pela banca examinadora constituída pelos seguintes professores:

Prof. Felipe Lopes Menicucci – Orientador
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Prof. Henrique Moreira Mazetti - UFV
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Gualter Thiago Silveira de Moraes
Fotógrafo

Viçosa, 25 de novembro de 2016

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, fora Temer.

A execução deste trabalho foi de extrema importância para nós. Passamos anteriormente por momentos de indecisão antes de chegarmos até aqui. Desistimos de temas, mudamos de opinião, até o momento que decidimos nos unir para acatar a esse desafio. Agradecemos inicialmente aos professores Felipe Menicucci e Rennan Mafra que dividiram conosco este momento de transição de temas e amadurecimento de nossas ideias e confiaram em nós para que chegássemos até aqui. Mas especialmente, precisamos agradecer ao Felipe, por ter acreditado que conseguiríamos e nunca ter desistido de nós, mesmo quando já não acreditávamos mais que iríamos até o final.

Aos donos dos bares agradecemos por cada minuto dedicado a nós, cada entrevista, cada foto, cada história contada e aquela uma cerveja no fim da noite, que pela primeira vez teve que ser apenas uma para que conseguíssemos escrever suas histórias. A dedicação e atenção conosco foi essencial para que tudo desse certo. A cada garçom, cada frequentador que topou sentar em uma mesa e contar um pouco de sua história nossa imensa gratidão.

Não podemos nos esquecer dos amigos, que nos apoiaram sempre. Seja dando apoio moral ou topando participar do projeto como modelos. Muito obrigada Ana Clara Prates, Cleomar Marin, Leonardo Gonçalves e Vanessa Carvalho, que não se importaram de passar um pouquinho de vergonha nos bares para que nossas fotos dessem certo. Em especial agradecemos ao Isac Godinho, que quase sempre esteve conosco nas entrevistas, nas fotos, nos choros, nos desesperos sempre nos dizendo palavras reconfortantes e acreditando, e nos fazendo acreditar que no fim tudo daria certo.

Aos nossos pais agradecemos o apoio, que de longe ou de perto, sempre nos incentivaram a continuar, nunca desistir, e independente de qualquer barreira que fosse colocada em nossos caminhos nunca deixaram de acreditar em nosso potencial. E só com eles e por eles chegamos até aqui.

E já que minas não tem mar, nós fomos ‘pro’ bar!

RESUMO

A revista fotográfica Open é um projeto experimental que une três vertentes do jornalismo: a revista, a fotografia e o design gráfico. Apresentando o tema 'bares', ela traz as histórias de cinco dos principais bares de Viçosa: Bar Leão, Bar Capelão, Bar Norte Mineiro (Bar da Rita), Bar e Restaurante Esquina de Minas (Bar do Cabelo) e Bar Ponto de Encontro (Bar da Rose) e as relações de convívio social destes locais. A revista busca retratar as histórias com textos de caráter literário, usando para apuração principalmente técnicas de imersão nos espaços. Os textos são como um arquivo de memória dos locais e daqueles que vivenciaram algumas histórias por lá. As fotografias, sempre em destaque nas páginas, se dividem com as histórias e com os elementos gráficos utilizados na diagramação. Cada capítulo tem seu elemento característico que representa o bar e o seu dono.

PALAVRAS-CHAVE

Fotografia, revista, bar, comunicação, convívio social.

ABSTRACT

The photographic magazine Open is an experimental Project that unites three aspects of journalism: magazine, photography and graphic design. Introducing the theme 'bars', it brings the stories of the main bars of Viçosa, and the social relations of these places. The magazine seeks to portray the stories from literary journalism, using mainly techniques of calculation of immersion in the spaces. The texts are like a file of memory of the places and of those who have experienced some stories there. The photographs, always highlighted in the pages, are divided with the stories and the graphic elements used in the layout. Each chapter has its characteristic element that represents the bar and its owner.

KEY-WORDS

Photography, magazine, bar, media, socializing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Foto Patrícia fotografando	25
Figura 02 – Páginas do bar Leão	28
Figura 03 – Páginas do bar Capelão	28
Figura 04 – Páginas do bar da Rita	28
Figura 05 – Páginas do bar do Cabelo	29
Figura 06 – Páginas do bar da Rose.	30
Figura 07 – Página do forró	30
Figura 08 – Página do Cruzeiro.....	30
Figura 09 – Página da A.A.A.D.	31
Figura 10 – Página do Flamengo.....	31
Figura 11 – Página do Sumário	31
Figura 12 – Página do Editorial.....	31

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. A INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NO DESIGN GRÁFICO E NA FOTOGRAFIA	11
2.1. Jornalismo de revista	11
2.2 A inserção da fotografia	14
2.3 Design gráfico	15
3. OS LUGARES DE CONVÍVIO SOCIAL.....	16
4. RELATÓRIO TÉCNICO	18
4.1. Pré-produção	18
4.2 Produção	19
4.2.1. Donos de bares e frequentadores entrevistados	20
4.2.2. Confeção das histórias	22
4.2.3. Fotografias	25
4.3. Pós-produção	27
4.3.1. Projeto Gráfico	27
4.3.1.1. As cores	28
4.3.1.2. Padrões gráficos	30
4.3.1.3. Tipografia	31
4.3.2. Impressão	32
4.3.3. Orçamento	33
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35
7. ANEXOS	36
7.1. Questionários	37
7.2. Autorização Uso de Imagem	38

1. INTRODUÇÃO

A fotografia desde o seu surgimento é vista como um meio de registrar e eternizar momentos. Ela não é somente uma imagem pura, solta, pois muitas vezes ao pensar a imagem representada pensamos também no fato, no ato que levou àquele momento representado a existir. Eternizar os momentos, como fazemos hoje com tanta facilidade e prontidão, é algo que era praticamente impossível já que a forma mais próxima de representação do real até então difundida era uma técnica extremamente demorada e de custos consideravelmente altos: a pintura. Apesar de em seu início ser de difícil acesso, a fotografia veio para ser o mais fiel possível ao real.

“Existe uma espécie de consenso de princípio que pretende que o verdadeiro documento fotográfico “presta contas do mundo com fidelidade”. Foi-lhe atribuída uma credibilidade, um peso de real bem singular. E essa virtude irredutível de testemunho baseia-se principalmente na consciência que se tem do processo mecânico de produção da imagem fotográfica, em seu modo específico de constituição e existência: o que se chamou de *automatismo de sua gênese técnica*. (...) a fotografia, pelo menos aos olhos da *doxa* e do senso comum, não pode mentir. Nela a necessidade de “ver para crer” é satisfeita. A foto é percebida como uma espécie de prova, ao mesmo tempo necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra.” (DUBOIS, 1998, p.25)

Dubois (1998) menciona ainda que a fotografia libertou a arte, já que esta pôde ficar, agora, por conta de ser uma criação imaginária, com sua própria finalidade, e sem compromissos com a representação devotada da realidade, enquanto a fotografia substituiu esta função por ser um “instrumento fiel de reprodução do real”. Isso ocorre

“porque é uma técnica muito mais bem adaptada do que a pintura para a reprodução mimética do mundo, a fotografia vê-se rapidamente designada como aquilo que deverá a partir de então se encarregar de todas as funções sociais e utilitárias até aqui exercidas pela arte pictural. Desse modo, assistiremos a transformação dos antigos retratistas oficiais em fotógrafos profissionais”. (DUBOIS, 1998, p.30)

Antigamente, os momentos eternizados em fotografias eram restritos à elite. As fotografias ficavam expostas em grandes galerias, com status de arte, semelhante à pintura. Ao longo dos anos, outras formas de divulgação de fotografias foram se popularizando.

O movimento fotojornalístico europeu do final do século XIX e início do século XX transformou o registro de imagens em profissão. A popularização gradual do equipamento, o aumento da demanda por imagens nas redações de jornais impressos e a guerra contribuíram para aumentar as possibilidades de divulgação da fotografia. Durante

o período de regimes totalitários na Europa, muitos fotógrafos migraram para a América, onde encontraram amplo terreno para trabalharem com fotografia.

Os grandes empresários norte-americanos viram nas imagens uma forma de vender produtos. Daí surgiram as primeiras revistas que priorizavam as fotografias e ilustrações, como a *Time* e a *Life*.

Considerando essa evolução histórica da importância dada à fotografia na sociedade e as técnicas desenvolvidas naquela época que são praticadas até hoje, pretendemos neste memorial apresentar um projeto experimental que vai unir as linguagens e técnicas da fotografia e do design gráfico em um único produto: uma revista fotográfica.

O conteúdo apresentado na revista será composto por imagens e textos auxiliares que retratam os bares, um ambiente muito presente e notável em Viçosa – MG. Esses locais são importantes pontos de convívio social da cidade uma vez que frequentar esses lugares é algo comumente presente na rotina da população viçosense e dos jovens universitários que residem na cidade. São espaços onde se vai em busca de lazer e diversão.

Diante dessa riqueza de possibilidades, pretendemos buscar histórias inusitadas e divertidas nos cinco bares mais conhecidos da cidade, conversando com seus frequentadores mais assíduos, funcionários e proprietários com o intuito de contar a história dos lugares e encontrar personagens interessantes para compor o conteúdo da revista. Serão apresentadas as histórias dos bares: Bar Leão, Bar Capelão, Bar Norte Mineiro (Bar da Rita), Bar e Restaurante Esquina de Minas (Bar do Cabelo) e Bar Ponto de Encontro (Bar da Rose).

Nota-se em Viçosa uma “cultura de bar” muito forte. Principalmente nos estabelecimentos das regiões centrais. Uma das explicações dadas a esse acontecimento é o fato de que a maioria dos estudantes que se mudam para a Viçosa, para frequentar as instituições de ensino, mora nesta região da cidade. Com isso, aos fins de semana, percebe-se uma grande movimentação nestes bares.

As justificativas para a produção de uma revista fotográfica se sustentam por ser um material jornalístico impresso que, apesar dos avanços em outras tecnologias que acabaram revelando outras opções às pessoas na hora de se obter informações, ainda se mantém forte no mercado, possui grande credibilidade e têm grande facilidade de manuseio, diferentemente de conteúdos audiovisuais e online, que dependem de outros artifícios para acessá-los.

Como afirma LUTZ (2013, p.2) “os impressos não necessitam de aparelhos eletrônicos para reprodução nem equipamentos para produção e edição, como câmeras, caixas de som, microfones ou computadores”.

A escolha de se confeccionar uma revista ainda se justifica pela sua possibilidade de se unir texto e imagens em um só material, bem como a experimentação de diversas técnicas de fotografia e de design gráfico, como afirma Sousa (2001):

Já se referiu que as tipologias de texto jornalístico dominantes na atualidade têm raízes ancestrais, mas pode-se igualmente afirmar que as formas de contar histórias também se foram ampliando e aprimorando com o correr do tempo. Basta pensar, inclusivamente, nas mudanças que a fotografia, primeiro, e a infografia, depois, trouxeram à imprensa e à arte de bem informar e de contar histórias. (SOUZA, 2001, p. 32)

Acrescentamos aqui ainda uma terceira justificativa, de cunho pessoal. O interesse em produzir uma revista fotográfica surgiu a partir do entusiasmo que possuímos pela fotografia bem como o gosto por diagramação e programas de edição e a capacidade que a união destes nos permite a contar histórias.

A partir da decisão sobre o material a ser produzido foi pensado em um conteúdo que coubesse a esse formato e o enriqueceria com imagens e histórias interessantes, além de poder chamar e prender a atenção do leitor. O conteúdo também foi pensado em cima de algo que fosse agradável de pesquisar e que nós nos sentíssemos confortáveis para trabalhar com o assunto.

A ideia de pesquisar os bares viçosenses surgiu após avaliarmos os trabalhos feitos durante a graduação e perceber que um dos mais gratificantes para se trabalhar foi uma fotonovela feita por nós para a disciplina de Fotojornalismo. O trabalho consistia na fotonovela “Histórias de bar: se esse copo falasse”¹, e contava algumas histórias que haviam ocorrido em um dos muitos bares de Viçosa. Neste trabalho a produção fotográfica e de reportagem foi feita por nós, de acordo com nossas afinidades com as áreas.

Notamos que o bar é lugar em que cada personagem, de frequentador assíduo a donos e funcionários, possui histórias únicas e que merecem ser contadas. Pois fazem parte do cotidiano de muitos cidadãos que frequentam esses espaços. A partir disso surgiu a curiosidade e o interesse de mostrar ao público uma seleção dessas histórias de uma forma irreverente e ilustrada, em que o público frequentador consiga se ver nelas e que

¹ O bar referente a “Histórias de bar: se esse copo falasse” não será apresentado na revista, pois a escolha dos bares apresentados nela não condiz com o perfil do bar apresentado na fotonovela produzida anteriormente.

aqueles que não frequentam estes locais possam conhecer e entender como é a história e a rotina dos locais.

A revista tem como objetivo então, apresentar aos seus leitores os bares viçosenses, conhecido local de convívio social, e suas histórias de uma forma diferente, criativa e visualmente atrativa. Investigar e conhecer os personagens frequentadores desses bares, bem como os donos deles, contando suas histórias através de textos com cunho mais literário e fotos que prendam a atenção do leitor e que tornem a sua leitura mais agradável e saborosa.

Como objetivos específicos, traçamos a meta de transformar a revista em um arquivo de memória dos bares escolhidos, uma vez que as constantes transformações urbanas podem fazer com esses espaços se alterem de maneira significativa ou desapareçam com o tempo. Temos a intenção de apresentar a aproximação entre universitários e cidade que acontece nesses ambientes com histórias de estudantes frequentadores. Isso tudo será apresentado através da experimentação de possibilidades da linguagem visual e gráfica do jornalismo, testando técnicas de fotografia, edição, diagramação e escrita de textos aprendidos durante a graduação.

Neste memorial, a proposta é, num primeiro momento, abordar conceitualmente definições sobre jornalismo de revista e fotografia. Em seguida, apresentar conceitos pertinentes ao tema que vai estar contido na publicação, como bares e convívio social. E por fim, no relatório técnico, apresentar as etapas de pré-produção, produção e pós-produção da revista.

2. A INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA NO DESIGN GRÁFICO E NA FOTOGRAFIA

Este capítulo servirá para abordar os três conceitos jornalísticos que utilizaremos para sustentar conceitualmente o produto experimental que apresentamos neste memorial e como a união destes meios jornalísticos resultou na revista fotográfica. São eles: o jornalismo impresso nas revistas, a fotografia e o design gráfico.

2.1. Jornalismo de Revista

A revista surgiu no Brasil há mais de 200 anos, quando os primeiros jornais começaram a ser publicados. Elas eram graficamente parecidas com os livros e os jornais da época, e só foram tomando sua estrutura e incluindo ilustrações, fotografias e textos

em colunas depois de determinado tempo. A primeira revista não oficial surgiu na Bahia, no ano de 1812, lançada pelo jornal Idade d'Ouro do Brasil. A publicação tinha como título: *As Variedades ou Ensaios de Literatura*.

Quem chamaria aquilo de revista? Nem mesmo seu editor, o tipógrafo e livreiro português Manoel Antônio da Silva Serva: ao colocá-la a venda, em Salvador, no mês de janeiro de 1812, Silva Serva apresentou *As Variedades ou Ensaios de Literatura* como “folheto” – embora o termo – “revista” já existisse desde 1704, quando Daniel Defoe, o autor de *Robinson Crusoe*, lançou em Londres a *Weekly Review of the Affairs of France*. Saíram só dois números, mas foi o que bastou para fazer de *As Variedades* a primeira revista brasileira – ainda que o rótulo só viesse a ser adotado em 1828, ano em que surgiu no Rio a *Revista Semanaria dos Trabalhadores Legislativos da Câmara dos Senhores Deputados*. (WERNECK et al, 2000, p.16)

Além de não buscarem apresentar os fatos da vida social, por serem “publicações eruditas, não noticiosa” (WERNECK et al, 2000, p.16) elas traziam um número consideravelmente baixo de imagens em seu interior. Isso só foi alterado em 1860, quando passaram a introduzir mais fotografias e ilustrações nas revistas.

O destaque dessa inserção de imagens se dá com o nascimento da fotorreportagem na cobertura feita pelo periódico *Semana Ilustrada*, do desenhista alemão Henrique Fleuiss na Guerra do Paraguai (1864-1870) que apresentava ao público periodicidade, informações e principalmente fotografias. “Nascia ali com aqueles repórteres de última hora, um gênero jornalístico novo no Brasil: a fotorreportagem, sob a forma de textos curtos que acompanhavam a imagem”. (WERNECK et al, 2000, p. 44)

É através deste método de textos literários acompanhando as imagens que se pretende construir a revista fotográfica, buscando compreender também o campo da fotografia e design gráfico, além do tema a ser retratado de maneira jornalística. Sousa (2001, p. 13) define o jornalismo como:

Uma forma de comunicação em sociedade. [...] Significa, igualmente, trazer para o espaço público os assuntos socialmente relevantes que poderiam passar despercebidos, os assuntos que são escondidos, os que estão submersos, os que são obscuros. É óbvio que o jornalismo não está unicamente relacionando com a vigilância dos agentes de poder. O jornalismo deve ser comunicação útil. Informar, jornalisticamente falando, também significa noticiar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e problemáticas socialmente relevantes, estejam ou não relacionados com a ação dos agentes de poder. Os acidentes, os casos de polícia, o desporto, a moda, o patrimônio natural e histórico, as notícias do estrangeiro, o comportamento da bolsa, a informação de serviços, os testes comparativos para ajudar o consumidor a fazer as melhores escolhas são alguns dos muitos exemplos de temáticas abordadas pela imprensa jornalística. (SOUZA, 2001, p.13)

O jornalismo literário vem para trazer a interação do jornalista com o tema, uma vez que o autor do texto pode ser observador ou até mesmo participante da ação.

Executando sempre um trabalho de campo efetivo com imersão nos espaços, apuração vigorosa, entrevistas pautadas por tempo farto e muita atenção. (NECCHI 2009, p.104)

Mais do que uma escrita que flerta com técnicas típicas do labor literário e se propõe a instigar, seduzir, provocar sensações e despertar o interesse do leitor, o chamado jornalismo literário foge de olhares pré-formatados e rende textos – sejam reportagens ou perfis – que surpreendem a partir de uma pauta que rompe com visões óbvias ou hegemônicas sobre a realidade. Os autores, na hora de contar histórias não-ficcionais, principalmente nas páginas de revistas, valem-se de recursos típicos da literatura. (NECCHI 2009, p.105)

O jornalismo literário é comumente apresentado no meio impresso, que ainda tem muito espaço entre o público. Mesmo com o surgimento de novas mídias, ele ainda tem seu público fiel. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em 2015, a maioria dos brasileiros ainda preferem consumir revistas da maneira tradicional: 70% dos leitores o fazem no formato impresso, 12% nas mídias on-line e apenas 4% se dividem entre os dois ambientes.

Alguns ainda acreditam que esses números só tendem a cair com a evolução das mídias digitais. Caldas (2004, p.17) crê que para que este meio sobreviva em meio a tantas mudanças é necessário um investimento naquilo que o seu público espera achar nele: “originalidade, texto interpretativo, e analítico”. Para isso a inserção e a mescla de imagens e textos leves são essenciais para prender a atenção dos leitores.

Uma das notáveis características da produção de revistas é a sua periodicidade. Segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC – Brasil) em seu estudo sobre circulação de revistas feito em 2011, a diversidade de periodicidade de revistas acaba se tornando alta, “considerando que revistas semanais possuem frequência de circulação quatro vezes maior do que as revistas mensais que, por sua vez, possuem frequência 12 vezes maior do que aquelas que circulam anualmente, para citar apenas dois exemplos. ”

Será produzida apenas uma edição da revista apresentada como projeto experimental. Entretanto, para não deixar de aplicar na teoria uma característica do formato revista, pensamos em outras edições futuras que poderão ser executadas posteriormente. Uma delas será sobre os cafés que têm surgido, aparentemente, em grande número na cidade e a outra sobre as casas de festa. Se formos estabelecer possíveis prazos, seria uma para o primeiro semestre de 2017 e outra para o segundo, respectivamente.

Pensar em outras edições foi de crucial importância para a criação de um nome para a revista, pois assim tivemos que pensar em algo que pudesse abranger as futuras edições.

Devido este fato escolhemos a palavra da língua inglesa “*open*”, que significa aberto. Ela se enquadra em as propostas de edições futuras, já que as histórias só se desenrolam nos ambientes que pretende-se visitar quando estes se abrem.

Aplicar a premissa de periodicidade, mesmo que a longo prazo, na idealização das revistas futuras serve para que na produção da revista apresentada aqui consigamos definir um tipo de espaço de convívio social delimitado. Neste momento escolhemos somente o bar, em outras edições podem ser abordados espaços com tipos de interações semelhantes. Essa delimitação ocorre para que a periodicidade possa acontecer de maneira temática e específica. Tornando cada revista única em sua perspectiva de convívio social através das histórias coletadas.

2.2. A inserção da fotografia

Tendo em vista que o meio impresso precisou inovar, viu-se na fotografia uma solução para que tal não perdesse tanto espaço, além de ficar mais interessante, dinâmico e atrativo para seu leitor. O homem sempre teve uma relação muito forte com narrativas, reais ou não, e sempre tentou criar representações visuais dessas histórias, fato que se comprova na observação de desenhos primitivos ou mesmo pinturas, de uma época que não havia aparatos tecnológicos para auxiliar em tais representações (BUIIONI, 2007, p.103). Com o avanço técnico, a criação dessas figurações tornou-se mais fácil, principalmente com advento da fotografia. Com ela, o real teria uma forma mais fiel para ser representado.

Qualidades como objetividade, transparência, verdade, foram sendo assumidas pelo discurso jornalístico, que adotou a fotografia como reprodução confiável do real, assim como arquivos fotográficos dos órgãos do estado e a fotografia usada como prova judicial. A fotografia como espelho da realidade ainda conserva um fundo de justificativa para o senso comum, apesar de os teóricos apontarem as inúmeras intervenções que o processo sofre, do disparo até chegar à página impressa ou em telas na web. Mesmo a própria vivência dos usuários de câmeras digitais, que sabem das manipulações – e as realizam – não é suficiente para que se desconfie da veracidade da foto jornalística ou não jornalística. (BUIIONI, 2007, p.104)

Com isso podemos perceber que a fotografia é um meio de extrema importância na hora de tornar o conteúdo, mais dinâmico e atraente, prendendo, assim, a atenção do leitor, bem como representar de forma mais real possível o que está relatado nos textos presentes.

Mas, mesmo com a fidelidade que a fotografia é capaz de reproduzir o real, ela demorou um tempo para ganhar espaço e credibilidade nos meios impressos. Muitas pessoas preferiam, inclusive, ilustrações feitas à mão.

Há relatos de que durante um bom tempo nos jornais europeus a fotografia servia de modelo para o gravurista e de que o público atribuía mais credibilidade ao desenho do que à foto. Mesmo no século de grande aceitação da ciência – e a invenção da fotografia está relacionada ao desenvolvimento científico – esta é uma situação em que a nova tecnologia não suplantou de imediato a anterior. (BUITONI, 2007, p.105)

O uso de imagens nas produções se tornou tão frequente que atualmente a grande maioria das produções não utiliza apenas o texto escrito e exploram cada vez mais a utilização de recursos imagéticos. “Imagem e palavra mantêm uma relação cada vez mais próxima, cada vez mais integrada [...]. Cada vez mais se observa a combinação de material visual com a escrita; vivemos, sem dúvida, numa sociedade cada vez mais visual” (DIONÍSIO, 2005, p. 159-160). As representações verbais e visuais evoluíram juntas de forma histórica e cultural em uma perspectiva de complementação e integração (BRAGA, 2005).

É a partir dessa perspectiva de complementação e interação de textos e imagens que se dá a criação da revista fotográfica aqui apresentada. Com periodicidade maior que os jornais tradicionais e, na maioria das vezes, com a utilização de papeis com qualidade superior que os comumente utilizados, as imagens fotográficas tem a chance de serem mais bem apresentadas aos leitores. Isto torna verídico graças ao fato de que elas possuem maior tempo para edição e tratamento das imagens, o que seria difícil de fazer em edições diárias, além de serem apresentadas em papeis de melhor qualidade.

As fotografias apresentadas nesta revista são em sua maioria feitas por composição cenográfica e atuação, fotos encenadas. Para a fotógrafa Cindy Sherman, fotografar consiste menos em apontar a câmera para alguma coisa preexistente e fixar sua imagem na película que em criar cenários e situações imaginárias para serem oferecidas por ela, tal como acontece no cinema de ficção. A fotografia é concebida como criação dramática e cenográfica, ou como *mise-en-scène*, na qual a fotógrafa interpreta ao mesmo tempo os papéis de diretora, dramaturga, desenhista de cenários e atriz. (FALCÃO, 2007, p.6).

2.3. Design gráfico

Outro método de se ganhar a atenção do leitor é com a utilização de boas técnicas de design, tanto o gráfico quanto o de notícia.

Bauhaus (1919-1933) e Ulm (1953-1968) que estabeleceram regras para o design gráfico a partir de princípios de uniformização, consistência do projeto visual, contraste entre figura e fundo e legibilidade rápida e universal refletida na diagramação que predomina ainda hoje nos veículos impressos. (HOELTZ, 2001)

É importante que exista uma coerência entre ambos os designs para que se crie um conteúdo harmônico e agradável ao público a quem o material se destina.

O design gráfico é uma especialização do design, voltado para publicações e produtos impressos de uma forma geral (livros, embalagens, peças publicitárias e promocionais, publicações em geral). Já o design de notícias é o nicho do design gráfico dedicado às publicações jornalísticas: jornais e revistas. Essa especialização se faz necessária diante das especificidades do discurso jornalístico. Ele vem para potencializar esse discurso, organizar os conteúdos, criar identidade, atrair a atenção do leitor, e construir o sentido na relação entre verbal e não-verbal. (FREIRE, 2006, p. 2).

A produção de um bom projeto gráfico é fundamental, pois é ele que manterá ou não o interesse do leitor, já que páginas cansativas tendem a fazer com que o público abandone o material. Cabe ao design também o papel de unir de forma concordante todo o conteúdo da revista: imagens, infográficos² e o texto.

O design assume, então, o papel de mediação entre a informação jornalística e o leitor. Portanto, ao pensar a organização da página, o designer deve buscar a melhor forma de transmitir determinada mensagem, ou seja, saber como dizer o que o repórter pretende expressar ao público através da notícia. (SANTOS, 2005, p. 2).

A união destes métodos de design juntamente com os textos e fotografias apresentam as revistas como são atualmente.

3. OS LUGARES DE CONVÍVIO SOCIAL

A convivência social faz parte do ser humano, e este busca sempre estar em locais onde possa encontrar outras pessoas e viver em sociedade. Os bares, os botequins como alguns autores nomeiam, costumam ser um dos lugares mais procurados para se conseguir alguma forma de interação, lazer e diversão, principalmente pelo fato deste local ser um ambiente informal que proporciona liberdade e talvez até um quê de hospitalidade.

A rede de relações sociais que se forma no interior do botequim é altamente informal. Apesar disso, tende a ser muito estável, e o grau de rotinização a que pode chegar é impressionante. Por isso, é possível identificar padrões de frequência, formação de subgrupos e certos critérios de hierarquização. (SILVA, 2011, p. 119)

Esses locais de convívio social surgiram como “cafês”, mas nos estabelecimentos também eram encontradas várias bebidas. Os primeiros surgiram no século IX em Meca,

² É uma forma de representar informações técnicas como números, mecanismos e/ou estatísticas, que devem ser, sobretudo atrativos e transmitidos ao leitor em pouco tempo e espaço” (CAIXETA, 2005, p. 1)

na Arábia e em pouco tempo foi expandindo por sua região até atingir a Europa. Em Portugal a designação primordial dos cafés era botequim e os primeiros datam de meados do século XVII. (COSTA, 2012, p. 1).

Costa (2012, p. 5) conta ainda que os tradicionais botequins portugueses do século XIX, apesar de muito diferentes dos de hoje em dia, vendiam todo tipo de bebidas alcoólicas, além do café estar sempre acompanhado pelas bebidas. Nestes locais as pessoas se encontravam comumente para jogar, além de serem espaços utilizados para a divulgação de ideias, críticas literárias e artísticas “já que não existiam ainda os poderosos meios de comunicação de hoje”. (COSTA, 2012, p. 5)

Hoje em dia os bares, ou botequins, são mais vistos como um local onde se encontra comida caseira sem preços altos, bebidas e um ambiente com arquitetura e decoração bem características, de acordo com Adade (2012, p. 5). O autor ainda fala de como este ambiente faz parte do modo de vida do brasileiro:

“O convívio com os amigos, as relações sociais em um ambiente informal, democrático e importante opção de lazer, o botequim é parte significativa do jeito de ser do brasileiro e há uma cultura de botequim no país”. (ADADE, 2012, p. 11)

Esse espaço de frequente uso dos brasileiros acabou se tornando importante para a interação dos indivíduos e favoráveis à troca de ideias e de diferentes pontos de vista. Uma vez que são ambientes acessados por diferentes grupos e/ou indivíduos que muitas vezes vão à busca de diferentes perspectivas e lá pode encontra-las e compartilhar as suas com os demais sujeitos. Uma das vertentes dessas perspectivas pode estar relacionada até mesmo a problemas pessoais: “Para escapar das durezas da vida cotidiana, das obrigações com trabalho, família e lar o botequim acabou por se transformar na válvula de escape das frustrações destas pessoas.” (ADADE, 2013, p.17).

Na pesquisa de campo realizada nos bares para a produção da revista, pôde-se perceber que a vivência destes locais na cidade é voltada principalmente aos estudantes presentes. Conhecida como “cidade universitária”, Viçosa possui uma grande população flutuante, de pessoas que passam na cidade apenas para estudar por alguns anos, e esses se tornaram os principais frequentadores dos espaços escolhidos aqui.

O foco principal destes estudantes é o lazer. Escolhendo principalmente os finais de semana para frequentar esses locais, e dias como quarta-feira que é nacionalmente conhecido como importante dia de partidas de futebol nacional. Esses clientes estão

sempre em busca de tudo que o bar tem a oferecer: comidas, bebidas, diversão, distração, companhia de amigos e um bom local para que haja interação com outros grupos. Não diferindo muito da realidade buscada no restante do país por grupos que não necessariamente sejam de estudantes. Mantendo certo padrão de necessidades buscadas nesses locais por diferentes sujeitos.

4. RELATÓRIO TÉCNICO

4.1. Pré-produção

Para dar início à produção deste projeto experimental, é necessária uma pesquisa aprofundada sobre técnicas de diagramação, como proximidade, contraste, repetição e alinhamento, a fim de conhecer melhor o mundo do design gráfico para gerar no final um produto de qualidade. Além de ter uma boa noção de técnicas fotográficas, principalmente como construir e tirar uma boa foto noturna, já que o cenário onde nossas histórias ocorrem é primordialmente das noites viçosenses.

Após análise técnica e teórica foi necessário escolher os locais onde elas seriam aplicadas. Os bares apresentados na revista foram escolhidos a partir da observação da dupla. Fomos a vários bares que estão localizados na região central de Viçosa e fizemos uma pré-seleção dos que aparentemente eram mais frequentados. Para confirmar nossas escolhas, conversamos ainda com algumas pessoas a fim de saber quais bares estas acreditavam serem os mais populares na cidade.

Escolhemos os bares: Bar Leão, Bar Capelão, Bar Norte Mineiro (Bar da Rita), Bar e Restaurante Esquina de Minas (Bar do Cabelo) e Bar Ponto de Encontro (Bar da Rose) pois todos possuem características dos botequins já citadas no capítulo acima ‘Os lugares de convívio social’. Buscando sempre características em comum que não abrangem na maioria das vezes espaços como lanchonetes e restaurantes, como a marcante presença de prateleiras de cachaça atrás do balcão dos bares escolhidos.

A partir deste momento começamos a organizar nossos prazos e agendar datas de possíveis entrevistas e fotos. As datas das entrevistas com os proprietários dos estabelecimentos foram escolhidas com base nos dias em que os bares estão mais vazios, uma vez que a ideia era entrevistar os donos quando eles estivessem em exercício, atrás do balcão, atendendo clientes. Com os bares lotados isso seria impossível devido à grande demanda de trabalho. E conversar com eles enquanto estivessem atendendo traria para nós um pouco da vivência deles. O momento também foi utilizado para conversar com os

garçons para que trouxessem ao nosso trabalho outra visão sobre os locais. Após a escolha dos bares elaboramos um questionário com as perguntas gerais para serem feitas aos donos, funcionários e clientes dos bares.

Visto a grande demanda de trabalho e diferentes funções, utilizamos este momento para também dividir as responsabilidades de acordo com as preferências da dupla pelas áreas do campo da comunicação. Porém agendando tudo sempre em datas em que ambas poderiam estar presentes para que em momento algum o trabalho fosse feito apenas por uma parte.

4.2. Produção

O segundo passo do processo de confecção de nossa revista consistiu em entrevistar os donos dos bares, para que estes nos fornecessem o maior número de informações possíveis do estabelecimento para que assim déssemos prosseguimento nas outras etapas, ainda do processo de produção, como confecção das fotografias e textos. Nas entrevistas foi utilizado um gravador SONY ICD-PX333. No total, as entrevistas renderam aproximadamente sete horas.

Separamos a entrevista em duas partes. Na primeira, repetimos em todos os lugares as mesmas perguntas, previamente pensadas. Depois, novas perguntas foram elaboradas de acordo com o que foi sendo contado em cada local adentrando nas especificidades de cada história. Como por exemplo: times de futebol específicos, parcerias, apelido do bar ou do dono, entre muitas outras questões. Estes questionários foram montados com base no objetivo principal da revista, que era a partir das fotos e textos contar um pouco da história do local e histórias de pessoas que frequentam os mesmos.

Já os dias programados para entrevistar os frequentadores foram os dias de maior movimento do local, onde houvesse uma maior diversidade de pessoas e assim uma possibilidade maior de histórias inusitadas.

Do mesmo jeito que escolhemos os dias que agendamos as entrevistas, escolhemos os dias que faríamos as fotos. Um cronograma dos dias mais movimentados de cada bar, a escolha dos dias certos de partidas de futebol de cada local e dias comuns, nem muito cheio nem muito vazio, para fotografar as fotos ensaiadas. Feito esse cronograma e agendando-o partimos para a produção.

As entrevistas que contam as histórias dos bares foram extremamente dinâmicas, pois ao mesmo tempo que os donos dos bares nos contavam as histórias e respondiam nossas questões eles atendiam os clientes e conversavam com os garçons. Fazendo com que a gente vivenciasse um pouco como é o trabalho deles. Além deste momento ser utilizado também para os próprios donos contar histórias de frequentadores e apontar possíveis fontes para esta etapa da produção.

As entrevistas com os frequentadores foram feitas a partir de abordagem com os mesmos nos espaços escolhidos. Optamos por esse tipo de método para que pudéssemos observar as pessoas que estavam ali e enxergar a possibilidade de histórias. Além de dar maior diversidade de fontes e conseqüentemente de histórias.

Com as entrevistas, foi possível notar que todos os comerciantes tiveram motivos e trajetórias extremamente variados até chegar onde estão hoje, a resposta unânime entre eles é o gosto pelo que fazem: todos afirmaram não trocar sua profissão por nenhuma outra.

4.2.1. Donos de bares e frequentadores entrevistados

Cada entrevistado tem um perfil bem peculiar e próprio, isso faz com que cada bar tenha uma característica única que atraia seus clientes. Cada proprietário faz com que seu bar tenha a sua cara. E todos são sempre apresentados por seus apelidos, que dão certa proximidade com os frequentadores.

Leão tem o bar há 39 anos e atualmente não comanda mais as noites no local, como fazia a alguns anos atrás. Isso hoje é feito pelos filhos, mas todos os dias Leão vai ao local ajuda-los a fechar o bar e volta sempre às seis da manhã para checar estoques, limpar o estabelecimento e preparar para que a noite tudo esteja perfeito para que os filhos possam atender os clientes. Bom atendimento e uma boa música acompanhada da torta do bar são sempre oferecidas por ele no local.

Capelão é um personagem marcante dos bares de Viçosa, com um senso de humor que nem sempre agrada a todos, promete oferecer em seu comércio um péssimo atendimento e preços abusivos. Para ele o importante não é agradar a todos, em seu bar “vai quem quer”. Ele possui o bar há 19 anos, e o atendimento sempre foi o mesmo, isso tudo como forma de marketing negativo para atrair os clientes.

Rita, dona do bar Norte Mineiro há 11 anos, se mostrou uma verdadeira mãe dos estudantes que sempre dão uma passada em seu bar. Segundo ela, você vai sempre

encontrar uma “comidinha com gostinho de comida caseira e um bom conselho para a vida.”.

O Bar e Restaurante Esquina de Minas, mais conhecido como Bar do Cabelo atualmente é dividido entre os irmãos Cabelo, fundador do bar que tem 10 anos, e Vadinho. Os irmãos se dividem no bar durante o dia e a noite, Cabelo atendendo o restaurante e Vadinho o bar. Os irmãos, juntamente com os garçons, trazem para o local um sentimento de proximidade com os clientes.

Roseli, proprietária do Bar Ponto de Encontro, deixou bem claro em sua entrevista que seu estabelecimento é um lugar em que todos podem frequentar e se sentir em casa sem ter que gastar uma fortuna para tomar sua “cervejinha”. Ela abriu o bar há apenas dois anos.

As entrevistas ocorreram como planejadas, com os donos dos bares em exercício, tendo que dividir a atenção do local com a entrevista. Elas eram interrompidas vezes por clientes conversando, vezes pelos garçons que precisavam que os proprietários resolvessem algum problema.

Além dos donos dos bares, foram feitas entrevistas também com os garçons dos locais, já que estes têm uma grande proximidade com os clientes. Estas entrevistas foram de crucial importância, pois a partir delas conseguimos mapear quem eram frequentadores assíduos do bar e assim conversar com eles a fim de angariar novos casos, que marcaram tanto as pessoas envolvidas como quem os viu.

No caso de entrevistados externos, aqueles que não tinham nenhum vínculo empregatício com o bar, optamos por realizar todas as entrevistas nos bares em que a história contada havia se passado, com a finalidade de fazer com que nossas fontes se sentissem mais à vontade para nos contar tudo com a maior riqueza de detalhes possível. Apontando os pontos dos acontecimentos, e até mesmo convidando os garçons que presenciaram as histórias para confirma-la ou ajudar com os detalhes. Isso foi feito para que pudéssemos representar o mais fiel possível as fotos encenadas na revista. Para que nenhum detalhe pudesse ser deixado de fora das representações.

Parte das entrevistas foram agendadas, e para complementar e enriquecer o conteúdo da revista, fizemos vivências nos ambientes retratados e conversamos com pessoas que encontramos nos locais para saber como era o convívio no estabelecimento e o motivo que a levava a frequentá-lo. A vivência foi de vital importância para o trabalho, pois graças a ela conseguimos fazer a uma melhor apuração jornalística do material. A partir desses momentos conseguimos perceber um pouco da personalidade de cada bar e

ver quem era um fiel frequentador, já pensando neste momento no projeto gráfico e fotografias que seriam feitas.

Durante as entrevistas já foi iniciado o planejamento das fotos que ilustrariam a história de cada bar e como seriam as fotografias de cada caso contado pelos entrevistados. Bem como um início de planejamento gráfico a partir de observações feitas nos locais, como: Bar Leão é um ambiente com decoração rústica e uma grande presença de artefatos de madeira, escolhemos utilizar as cores laranja e marrom e texturas de madeira em suas páginas; Bar Capelão é a tradicional casa do Atlético Mineiro, foi escolhido as cores preto e branco para suas páginas; o bar Esquina de Minas (bar do Cabelo) é tradicionalmente um bar flamenguista, além de suas mesas serem vermelhas, então para ele foi escolhido o vermelho; as mesas do bar Norte Mineiro (bar da Rita) são amarelas, e a cor está muito presente em seu cardápio e letreiro de fachada, portanto tal cor foi selecionada para representa-lo e o Bar da Rose (Ponto de Encontro) tem uma grande tradição em sinuca, pensamos em utilizar a cor verde em predominância nas páginas destinadas a ele.

4.2.2. Confeção das histórias

Após a apuração das histórias contadas pelos personagens em cada bar, utilizamos técnica da decupagem para que nenhuma informação se perdesse e para que pudéssemos recontar as histórias com a maior fidelidade possível.

Os textos são apresentados com leveza, frases curtas, para que os leitores possam ler de maneira mais rápida e assim observar melhor as imagens. Para isso utilizamos algumas características do jornalismo literário para apuração e produção dos textos. Como, por exemplo, na apuração empregamos a vivência e a observação para o levantamento das informações. E, para a confecção dos textos, foi utilizada a “imersão do repórter”, além de voz autoral, estilo e humanização. (LIMA, 2004)

As histórias apresentadas pelos donos dos bares tinham caráter biográfico, e perpassavam por toda a vida deles antes de chegarem onde estão. A escolha da confecção dos textos dessa seção, o tamanho dos textos e as informações contidas se deram de acordo com a vida de cada um.

Leão e Capelão possuem textos maiores, pois suas vidas estão inteiramente voltadas aos estabelecimentos. Ambos começaram no ramo ainda muito jovens e construíram tudo que possuem a partir do bar. Por isso textos maiores para relatar esse

paralelo de bar e proprietário. Além de esses dois bares serem também os mais antigos, possuindo histórias de diferentes gerações e transformações na cidade e sociedade.

Os outros três bares apresentados possuem histórias menores. Primeiramente porque os donos de todos eles já passaram por outras atividades antes dos estabelecimentos. E com isso a história deles com o bar começou há menos tempo. Os textos buscam utilizar sempre os apelidos dos donos para gerar proximidade e familiaridade com leitor.

Cada título de seção possui algo característico do bar, do dono ou da rotina daqueles que o frequentam:

• **Bar Leão: Onde todo mundo se encontra... um bar “chique” demais!**

A primeira parte do nome faz referência ao fato da história de todos os frequentadores, em algum momento da noite sempre irem ao bar. Principalmente na quinta feira que era o dia de maior sucesso do local, onde os frequentadores contaram que viam todos os amigos. A segunda parte do nome é diretamente relacionada ao proprietário, que diz sempre a palavra “chique” quando quer se referir a algo bom, fato observado durante a entrevista.

• **Bar Capelão: Quem não conhece acha que é doido... quem conhece tem certeza!**

O nome faz alusão ao fato do dono do bar ser conhecido como doido por todos na cidade e região, tanto pelos frequentadores quanto por aqueles que nunca foram no local.

• **Bar Norte Mineiro: Bar é igual coração de mãe... um gostinho de casa!**

O nome faz referência a história contada pela dona, que tratava todos os clientes assíduos como filhos, se preocupando sempre com o bem-estar deles no bar e na vida pessoal. Já a segunda parte do nome é pelo fato de muitas vezes alguns estudantes pedirem a dona do bar para cozinhar aos domingos pratos específicos para lembrar a comida de casa.

• **Bar e Restaurante Esquina de Minas: A grande família... esquina nossa de cada dia!**

O Bar do Cabelo, como é conhecido, é popular por seus garçons se tornarem grandes amigos dos frequentadores, que se chamam de “Família Cabelo”. Por isso o termo inicial do nome. A segunda parte faz referência a localização do bar, que também está presente no nome, e pelo fato de os frequentadores entrevistados afirmarem que quase todos os dias visitam o local.

• **Bar Ponto de Encontro: Aqui todo mundo se encontra... o ponto certo!**

O nome da seção foi dado devido ao nome do bar, Ponto de Encontro, que não é popularmente conhecido. Todos o chamam apenas de bar da Rose. Então foi colocado para chamar mais atenção ao nome utilizando os termos ponto e encontro nos trechos separados.

Os outros textos, que acrescentam e dão continuidade as histórias dos bares, como as histórias dos times, do forró e da Associação Atlética Acadêmica do Direito foram apresentadas na revista fazendo um misto do que foi contado pelos donos com o que foi dito pelos frequentadores que representam as categorias. Foi escolhido contar essas histórias pois elas se tornaram destaque de comentários sobre essas ligações durante a apuração com os clientes.

Os times apresentados, Atlético Mineiro, Cruzeiro e Flamengo, tiveram representantes para contar como é assistir os jogos nos locais, e os donos para contar porque escolher transmitir aquele determinado jogo. A utilização de trechos dos hinos e músicas de torcidas se deu para que o leitor sinta proximidade com o time e respectivamente com a história.

O forró foi exibido também com um trecho de música que remete ao ritmo e a história contada pelo dono e por frequentadores. E a Associação Atlética Acadêmica do Direito, que foi representada na história pelo fundador e por membros da atual diretoria, também teve parte da história passada pelo dono do bar.

No final da revista, seguindo as páginas do Bar Ponto de Encontro, é apresentada uma música que cita a *Jukebox*, uma das principais atrações do bar. A música “Farra, pinga e foguete” de Bruno e Barreto, que é uma música que tem feito muito sucesso entre o público jovem atual remete a diversão, e finalizar a revista com a música é uma forma de convite aos leitores a aproveitar o momento após leitura e encontrar um modo de se divertir. Como as histórias apresentadas nas páginas.

Por fim, a seção “Histórias de bar” que é presente em todos os bares, foi confeccionada a partir das histórias contadas por frequentadores dos locais. Estes frequentadores, que foram entrevistados nos próprios bares, em sua maioria preferiram não se identificar nas histórias, por acharem algumas “vergonhosas” para eles. Com isso optamos por manter o anonimato em todas as histórias, até mesmo naquelas que os entrevistaram autorizaram ser apresentados, para manter um padrão na seção e aguçar a imaginação dos leitores que poderão imaginar os personagens como acharem conveniente, além de poderem também se identificar nas histórias.

4.2.3. Fotografias



Patrícia tirando a foto que está na página 20 da revista

Para a produção das fotografias foi utilizada uma câmera fotográfica NIKON D-300S, lentes NIKKOR: 50mm f/1.8; 24mm f/2.8 e 18-55mm f/3.5-5.6, um tripé e flash Nikon Speedlight SB-80DX.

Evitamos ao máximo o uso do flash, dando preferência para usá-lo em fotos posadas ou que não houvessem pessoas, para que não alterássemos o ambiente e fizéssemos com que tanto os donos quanto os próprios clientes ficassem desconfortáveis.

A parte fotográfica é composta por um total de vinte e cinco imagens. Cada bar é apresentado com a imagem de seu dono ou garçons no ambiente de trabalho. As outras fotos são ilustrativas e posadas para ilustrar as histórias contadas e o cenário dos bares, exceto as fotos do bar Capelão e da Av. Santa Rita cheios.

As fotos foram tiradas e tratadas por Patrícia com direção e auxílio de Ana Carolina no momento dos “cliques”, a única foto que não é de nossa autoria é a foto da rua do bar Leão cheia que foi retirada do site de notícias Viçosa News. Tal foto não pôde ser feita por nós porque atualmente a rua não fica tão cheia como ficava antigamente, mas mesmo assim consideramos de extrema importância representá-la na revista pois é símbolo do bar Leão sua rua lotada nas quintas-feiras.

A fotografia da capa é um brinde, pois optamos por apresentar um momento de representação de celebração já no início da revista. Segundo Jennifer Rahel Conover, autora do livro *Toasts for Every Occasion* (“Brindes para Todas as Ocasões”, inédito no Brasil), os relatos de brindes mais antigos são dos gregos e fenícios, que erguiam taças de vinho fazendo uma oferenda simbólica aos deuses. A foto da capa foi escolhida a partir

do momento de observação durante nossa vivência nos bares de que, quase todas as pessoas nas mesas brindavam antes de beber. Um ritual que não se perdeu ao longo dos anos e que se transformou em algo constante na vida dos frequentadores dos bares.

As fotos de início de cada seção do bar, em sua maioria representam os donos dos bares. Capelão aparece pousando em uma de suas atitudes mais conhecidas da cidade, que é mordendo o dedo. Leão aparece pousando em frente ao um freezer de uma determinada cerveja que segundo ele é a sua favorita. Rita aparece em frente ao computador do balcão do bar, local onde sempre está nas noites do bar, e Roseli aparece conversando com clientes, pois segundo ela é assim que passa o tempo todo.

A única capa que não apresenta o dono é a do Bar do Cabelo, pois o dono não quis ser fotografado para a revista. Sendo assim recorreremos aos personagens de maior destaque do bar, os garçons que representam a “Família Cabelo”.

A foto da contracapa e foto central foram inseridas para representar respectivamente, um ato frequente dos bares que é o consumo de bebida. A primeira, a foto da garrafa de cerveja é também para fazer alusão à frase citada ao lado na seção “Ao leitor”: ‘Essa rodada é por nossa conta’. E a foto central é para representar a Avenida Santa Rita em movimento nas noites de Viçosa.

As fotos dos times foram todas pousadas, onde os modelos representam os seus próprios times. Todos os fotografados estavam assistindo os jogos nos dias. A modelo da foto do Atlético Mineiro foi convidada a ir ao local assistir ao jogo e fazer a foto. Já os modelos do Cruzeiro e do Flamengo foram abordados no local e aceitaram fazer as imagens.

O restante das fotos que representam as histórias foram todas encenadas com modelos convidados e avisados previamente das poses e roupas que utilizariam em cada imagem. Ainda durante as fotos foram orientados a respeito de suas posições na cena para que o enquadramento conseguisse captar tudo que era pretendido. Como por exemplo a fotografia da seção “Histórias de bar” do Bar Ponto de Encontro, localizada nas páginas 44 e 45, onde o modelo foi pedido que utilizasse blusa xadrez e chapéu e a menina que fica ao fundo da foto foi orientada a usar saia curta e ambos estarem na posição previamente ensaiada para que representassem a história contada na página.

A imagem utilizada na quarta capa da revista representa o fim da noite no bar, por esse motivo foi escolhida para o fechamento dela. Um cenário caótico da mesa, com copos vazios e pontas de cigarro é uma foto de uma mesa real na hora em que o recinto estava quase sendo fechado.

4.3. Pós-produção

O tratamento das fotos foi feito no Adobe Photoshop Lightroom para ajustar pequenos problemas de iluminação, e leves correções, como retirada de espinhas na pele dos modelos, feitas no Adobe Photoshop CC. A revista foi diagramada no Adobe Indesign CC, com auxílio do Adobe Illustrator CS6 para transformar as imagens vetorizadas utilizadas na revista e transformá-las em JPEG e PNG para serem inseridas nas páginas, nesta etapa, ainda, foi utilizado novamente o Photoshop CC para alterar as cores das imagens de modo que elas ficassem com a cor escolhida para cada bar.

Os bares estão dispostos na revista em ordem cronológica, do mais antigo para o mais recente. A escolha das cores para as páginas de cada um deles foi feita a partir da observação feita em cada ambiente, assim pudemos perceber quais cores predominavam neles.

4.3.1. Projeto Gráfico

Para nortear o projeto gráfico da revista fizemos uma boneca de papel para que tivéssemos uma noção mínima de quais partes eram essenciais na montagem. Com a boneca em mãos, fizemos o projeto gráfico no Indesign. A primeira definição feita foi que a história de cada bar seria contada na abertura de sua seção e utilizaria duas páginas, uma com a foto do dono para ilustrar e outra destinada às histórias de fato. Outra escolha foi que todos os bares teriam uma foto de destaque que usaria duas páginas e fosse bem representativa do mesmo. O que é comum a quase todos os bares é o número de páginas, escolhemos duas páginas, para contar os casos ocorridos no local, a exceção é para o bar Leão, que possui um par de páginas a mais para os casos. Para o bar Leão acrescentamos ainda uma parte destinada ao forró, que é muito querido no bar. Nos bares Capelão, Rita e Cabelo o acréscimo foi destinado aos times, tendo, no Cabelo, ainda, uma parte exclusiva da Atlético do Direito, peça fundamental da história do bar, e por este motivo a seção do bar Cabelo ficou um pouco maior que os outros. No bar da Rose focamos muito na sinuca nas fotos de suas páginas, mas a parte diferente foi destinada ao jukebox, que é sucesso no local.

O vermelho foi utilizado para representar o bar Esquina de Minas (bar do Cabelo) porque o local tem grande vínculo com o Flamengo, lá é onde a torcida se reúne para assistir aos jogos, além do mais, as mesas do bar são vermelhas e a Atlético do Direito representada no bar também utiliza a cor vermelha.



Por último, no bar Ponto de Encontro (bar da Rose) observamos que o destaque do local são as mesas de sinuca, por este motivo a cor verde foi destinada para suas páginas.



As exceções aos padrões de cores ocorreram em algumas páginas, como a textura de chita dentro do bar Leão, na parte destinada ao forró, pois a chita é algo extremamente associado a esse ritmo. No bar da Rita a página que utiliza cores diferentes é destinada ao Cruzeiro. E no bar do Cabelo isso acontece também, na parte destinada a contar a história do Flamengo foi acrescentado ao vermelho o preto e quando falamos da Atlético do Direito utilizamos as cores da mesma, vinho e amarelo.





No sumário tentamos utilizar as cores que representam todos os bares (vermelho, amarelo, verde e marrom), deixando apenas o preto de fora pelo simples fato de ter pesado visualmente a página e este já estar presente na fonte.



Para o nosso editorial, chamado de “Ao leitor”, e expediente escolhemos a cor vermelha para que ela ornasse com os detalhes adjacentes da fotografia na página ao lado, como os detalhes da garrafa de cerveja e a cor da mesa.



4.3.1.2. Padrões gráficos

A partir da escolha das cores começamos a pensar em um padrão que pudesse conter em cada bar, de forma que um fosse diferenciado do outro não apenas pela cor. Deste modo estabelecemos formas geométricas diferentes para cada um deles. As formas geométricas foram escolhidas por serem simples, assim elas não carregariam muito o visual da revista, visto que o nosso produto, por ser fotográfico, já é por si só cheio de informações visuais, além de evitar a distração do leitor nos efeitos que tem com intuito apenas harmonizar a página. No bar Leão foi utilizado linhas em zigue-zague. Para o

Capelão escolhemos as listras, já que essa ainda ajudava a remeter ao Atlético. No bar da Rita usamos quadrados. No bar Cabelo usamos os triângulos. E, por fim, no bar da Rose usamos bolinhas, que, além de serem um padrão geográfico simples, remete as bolas da sinuca.

4.3.1.3. Tipografia

A escolha tipográfica é outro aspecto de grande importância para o design da página, para que esta fique harmoniosa e a mensagem pretendida seja passada ao leitor, muitas vezes, sem que ele sequer note. “A legibilidade de um texto depende de elementos como a forma das letras, corpo utilizado, comprimento das linhas, entrelinhamento, espaçamento e margens.” (HOELTZ, 2001)

Espaçamento e pontuação, bordas e molduras: esses são o território da tipografia e do desenho gráfico, essas artes marginais que tornam legíveis textos e imagens. A substância da tipografia não reside no alfabeto em si - suas formas genéricas e usos convencionais - mas sim no contexto visual e formas gráficas específicas que materializam o sistema da escrita. Design e tipografia operam nos limites da escrita, determinando as formas e estilos das letras, os espaços entre elas, e sua disposição (LUPTON e MILLER, 1996, p.14, apud HOELTZ, 2001)

A partir da Revolução Industrial, com a expansão comercial, surgiu a necessidade de criação de estilos tipográficos diferentes, cada comerciante queria criar sua identidade. Com isso apareceram diversos tipos de fontes diferentes no século XIX, alguns mantidos até hoje, mesmo com o crescente número de tipos. As primeiras fontes eram muito genéricas e suas variáveis muito simples, como a utilização de itálico. A medida que os tipos foram “proliferando” começou a ser necessário sistemas mais complexos de identificação (CLAIR, et al, 2009, p.177).

Para a revista foi escolhida fonte “script”, ou cursiva, para o nome das seções e “sansserif”, ou sem serifa, para os corpos dos textos. As fontes cursivas representam os estilos de escrita caligráfica ou manuscrita. As suas principais características são a variação nos traços, aparecem tanto grossos como finos, as serifas são substituídas, muitas vezes, por caudas, e há variações em suas “alturas”(CLAIR, et al, 2009, p.184). Mas o aspecto crucial na escolha da fonte cursiva é que, por se tratar de um bar, a fonte “script” poderia trazer uma maior proximidade entre o leitor e os personagens, como se fossem os segundos a escreverem aquelas histórias para os primeiros lerem.

No título da revista utilizamos também uma fonte cursiva para dar a mesma ideia citada acima, porém neste acrescentamos o efeito “chanfro e entalhe” para dar a sensação de alto relevo e tridimensionalidade, que dá um caráter moderno à fonte.

A fonte “sans serif” aparece com força no século XX, pouco após o *boom* dos estilos tipográficos do século anterior. Ela surge em um contexto de florescimento do jornalismo impresso e da publicidade, exatamente para ir em sentido contrário as fontes serifadas, como uma reação negativa aos excessos tipográficos os designs começam, então, a buscar fontes mais simples e básico. Esse tipo de fonte abandonou além da serifa as grandes variações de espessura e peso dos traços. Exatamente por sua simplicidade a fonte sem serifa foi selecionada para os textos da revista. A pretensão é que o leitor não se apegue muito no estilo da fonte e sim no conteúdo de cada história contada, bem como nas fotografias que compõem a página, que por si só já são informações demais, e acabam não deixando espaço para mais coisas que carreguem o aspecto visual.

4.3.2. Impressão

Para impressão da revista, optamos por fazer teste em papel sulfite e utilizando impressora a laser, para que as páginas viessem com o brilho característico da tinta utilizada na impressão, e a capa em papel couchê. No teste não ocorreu grandes distorções de cores. Porém na hora da impressão, devido a falhas na máquina e a escassez de gráficas que atendessem ao serviço na cidade de Viçosa optamos por encaminhar para outras cidades que fizessem o serviço.

Por ser distante, tivemos que enviar o material por e-mail, o que gerou problemas na hora da impressão, uma vez que ninguém da dupla pôde estar presente para orientá-la. Com este problema tivemos que fazer em um primeiro momento duas versões da revista, que devido a erro de impressão e distorção de cores não agradou a dupla.

Pensamos então em outra saída, a impressão em papel sulfite a jato de tinta. Para este modelo tivemos que solicitar um papel com gramatura maior para que a tinta não manchasse o verso da página. E neste exemplar optamos pela capa em papel fotográfico. Devido a gramatura da página, este terceiro material ficou mais espesso que os primeiros, porém com pouca distorção de cores e mais fiel ao projeto gráfico.

O ideal, para que a revista fosse impressa com cores e qualidade de papel mais fiel ao original fosse a impressão em gráficas que utilizam a produção de chapas de cada página para a impressão, e não a impressão direta como foi feita. Porém este serviço só é feito em grande escala e tem um custo bastante elevado, o que não foi viável para

produção. Uma vez que precisávamos de apenas sete exemplares e o mínimo solicitado por estes locais eram de cerca de duzentas revistas.

4.3.3. Orçamento

Para produção e impressão da revista e deste memorial tivemos que fazer investimentos em bebidas e comidas para a produção das fotos, além dos diversos testes de impressão. Os valores aproximadamente podem ser observados no quadro a baixo:

DESCRIÇÃO DO GASTO	VALOR
BEBIDAS PARA AS FOTOS	R\$36,00
COMIDA PARA AS FOTOS	R\$40,00
IMPRESSÃO MEMORIAIS E REVISTAS	R\$665,00
TAXI	R\$10,00
TOTAL	R\$751,00

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização do projeto, chegamos à conclusão de que os desafios para a produção de uma revista fotográfica são vários, porém adquiriram à nossas vidas pessoal e acadêmica muito aprendizado e descobertas.

O produto aqui apresentado cumpre a função de mostrar como é um pouco do cotidiano dos bares, dos donos e de seus frequentadores através das fotos, além de trazer a importante função de memória destes ambientes. Isso ocorre ao trazer os relatos de cada bar, eternizando momentos ocorridos nos lugares que são representados na revista. De forma que em qualquer momento no futuro que se deseje conhecer um pouco da história dos bares apresentados na revista o nosso registro pode ser utilizado, mesmo que os próprios locais já não existam mais ou tenham mudado muito. O que foi escrito e exibido ali, em forma de fotografia, poderá ser resgatado por muitos anos.

Se fazer uma revista é um processo extremamente complexo, que envolve diversas etapas que vão muito além de simplesmente entrevistar, fotografar e diagramar. Percebemos como é difícil produzir um material como este em uma cidade de pequena e de recursos gráficos escassos como ocorre em Viçosa, encontrar fontes dispostas a

conversar e contar suas histórias, e pessoas animadas a encenar os casos que queríamos apresentar ao leitor.

Fazer fotografias noturnas com material limitado, evitando o uso de flash para não alterar o ambiente, e ainda sim conseguir um bom material é um grande desafio, que fez com que tivéssemos que nos esforçar e utilizar todo conhecimento fotográfico adquirido durante a graduação. Criar um projeto gráfico harmonioso, que faça sentido vai muito além de apenas escolher cores e formas de imagens, é necessário conhecer a fundo o que irá compor a página, evitando assim que ela sobrecarregue a visão do leitor, já que o pretendido é que ela seja leve e agradável.

No momento de entrevistas vimos como cada pessoa é singular, o que leva ao fato de uma conversa render ou não, e por isso cabe ao jornalista fazer com que o seu entrevistado queira se abrir.

Ficou visível para nós o quanto os bares são importantes na construção dos momentos de lazer da cidade. Os espaços de convívio social aqui apresentados, os bares, são locais de grandes interações interpessoais de grande profundidade, não apenas superficiais como pode-se pensar, já que supostamente o bar é um local que se fica pouco tempo. Entretanto percebemos clientes assíduos, que criam de fato um relacionamento e afeto com os donos e funcionários dos bares, laços que muitas vezes são levados para o resto da vida. O que foi relatado por diversos proprietários dos bares, casos de pessoas que mesmo anos após terem deixado Viçosa retornam e visitam os locais que costumavam ir quando viviam na cidade.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADADE, Douglas Renato. **“Comida Di Buteco”**: o botequim, um pedaço da alma carioca, em uma iniciativa de construção de comunidade virtual de marca. Rio de Janeiro, 2013.

BRAGA, Denise Bértoli. A comunicação interativa em ambiente hipermídia: as vantagens da hipermodalidade para o aprendizado no meio digital. In: MARCUSCHI, L. A.; XAVIER, A. C. (Org.). *Hipertexto e Gêneros Digitais: novas formas de construção de sentido*. 2 ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005, p. 153.

BUITONI, Dulcília Helena Schroeder. **Fotografia e jornalismo**: da prata ao pixel – discussões sobre o real. *LÍBERO - Revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade Cásper Líbero*, 2007.

CALDAS, Álvaro. **Deu no jornal**: o jornalismo impresso na era da internet. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Puc Rio, 2004. CAIXETA, Rodrigo. **A arte de informar**. 2005. In Associação Brasileira de Imprensa.

CLAIR, Kate e BUSIC-SNYDER, Cynthia. **Manual de Tipografia**: A História, a Técnica e a Arte. 2ª edição. Porto Alegre: Editora Bookman, 2009.

COSTA, Helouise & SILVA, Renato Rodrigues da. **A fotografia moderna no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

COSTA, Maria Teresa Castro. **Os cafés do Porto**. 2012. Disponível em <http://www.apha.pt/boletim/boletim2/pdf/CafesDoPorto.pdf>. Acesso em 25 de junho de 2016.

DIONÍSIO, Angela Paiva. Gêneros Multimodais e Multiletramento. In: KARWOSKI, Acir Mário; GAYDECZKA, Beatriz (Org). *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. Palmas e União da Vitória: Kaygangue, 2005, p. 160-161.

FALCÃO, Janaína - **Estratégias narrativas**: o auto-retrato e a fotografia encenada na construção de uma poética visual, 2007

FREIRE, Eduardo Nunes. **O design no jornal impresso diário**. Do tipográfico ao digital. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.291-310, dez. 2009.

FREIRE, Eduardo Nunes. **O Não-Verbal na Notícia O Design de Notícias e a Construção de Sentido no Discurso Jornalístico**. Intercom Brasília: 2006.

HOELTZ, Mirela. **Design Gráfico: dos espelhos às janelas de papel**. Universidade de Santa Cruz do Sul, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-design-grafico.html>. Acesso em 15 de outubro de 2016.

LUTZ, Cleyton Pereira. **O Jornal Impresso Na Educação: Usos e perspectivas**.

MOURA, Ranielle Leal. Jornalista UFPI 2007; MBA em Marketing FGV/RJ 2010, Mestre em Comunicação METODISTA SP/2011.

NECCHI, Vitor - **Estudos em Jornalismo e Mídia** - Ano VI - n. 1 pp. 99 - 109
jan./jun. 2009

SANTOS, MarielleSandalovski. **Design de notícias: uma questão holística**.

SILVA, Luiz Antônio Machado. **O Significado do Botequim**. ENFOQUES v.10(1), maio 2011 revista eletrônica dos alunos do PPGSA/IFCS-UFRJ. Disponível em <http://www.enfoques.ifcs.ufrj.br/ojs/index.php/enfoques/article/view/136>. Acesso em 17 de junho de 2016.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: 2001.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo, uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Porto, Portugal: Biblioteca online de ciências da comunicação, 2002. Disponível em: www.bocc.ubi.pt. Acesso em 25/09/2016.

WERNECK, Humberto et al. **A revista no Brasil**. São Paulo: Ed. Abril, 2000

7. ANEXOS

7.1. Questionários

- DONOS:

- 1. Há quanto tempo o bar existe?**
- 2. Ele sempre foi seu?**
- 3. Como ele foi criado?**
- 4. Como é a relação com os clientes?**
- 5. Existem muitos clientes fiéis?**
- 6. Por que acha que o bar é um dos mais frequentados?**
- 7. Qual o chefe da cozinha?**
- 8. Trocaria o bar por outro emprego?**
- 9. Conte-nos algumas histórias ocorridas ali.**

- FUNCIONÁRIOS

- 1. Há quanto tempo trabalha no local?**
- 2. Como é a relação dos clientes?**
- 3. Como é a rotina de trabalho?**
- 4. Gosta de trabalhar em bares?**
- 5. O que faz aquele bar ser um sucesso?**
- 6. Conte-nos algumas histórias ocorridas ali.**

- CLIENTES

- 1. Por que frequenta aquele bar?**
- 2. Tem algum diferencial ali?**
- 3. Com que frequência vai lá?**
- 4. Conte-nos algumas histórias ocorridas ali.**

