

DAVI MEDEIROS FERREIRA

**PÚBLICO**

**Revista brasileira de arte e cultura**

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

2019

DAVI MEDEIROS FERREIRA

**PÚBLICO**

**Revista brasileira de arte e cultura**

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.

Orientadora: Eugene Francklin

Viçosa - MG  
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV  
2019

Para futuros jornalistas.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, já que não teria chegado ao final do curso sem sua ajuda e seu amor. Digo o mesmo para meu pai e tias paternas.

Quero agradecer, também, à professora Eugene Francklin, minha orientadora, que me orientou no sentido amplo da palavra. Obrigado por ter me guiado semana a semana nesse processo, por ter tirado minhas dúvidas e, principalmente, por ter se mostrado tão animada com esse projeto. Sem você, a *Público* teria tido apenas uma edição. Quando duas pessoas dispostas a trabalhar pesado se juntam, o resultado pode ser surpreendente.

Obrigado aos meus amigos da graduação, em especial à Adriana, Ianka, Maurício, Vinicius, Larissa, Luana, simplesmente por serem pessoas boas. Isso é muito.

Agradeço aos meus professores, em especial à Mariana Bretas. Tive sorte em vir parar na mesma universidade que você. Obrigado pelas vezes em que foi uma amiga e me tranquilizou das minhas preocupações. Com certeza, será uma das minhas maiores saudades. Outros professores também significaram muito para mim, como o Rennan Mafra, a Mariana Procópio, a Kátia Fraga e o Henrique Mazetti. Sou imensamente grato por tudo o que me ensinaram, inclusive pelas conversas de corredor.

Obrigado aos meus colegas e líderes do estágio na Diretoria de Comunicação Social. Deise, Bia, Betânia, Izabel, Sabrinhas, Adriana, Jerusa, vocês foram muito importantes para que eu tivesse paz fazendo este TCC, já que sempre foram tão flexíveis e boas comigo. Escrevi grande parte deste memorial no estágio, inclusive (risos).

Obrigado à minha veterana Ana Carolina Zeferino, que também fez uma revista como TCC e me deu apoio e dicas preciosas.

Por fim, mas nem um pouco menos importante, agradeço às fontes da revista. Amei conhecer tanta gente talentosa.

## **RESUMO**

Este é um projeto experimental que consiste na produção de três edições de uma revista sobre arte e cultura intitulada *Público*. O nome da revista faz referência tanto a quem assiste a um artista quanto ao ensino superior público. Os objetivos da revista são divulgar o trabalho de artistas brasileiros, mineiros e, principalmente, viçosenses, e levar entretenimento e informação sobre arte e cultura aos leitores. Assim, a publicação traz críticas, reportagens, entrevistas e ensaios fotográficos sobre assuntos diversos, como dança, grafite, fotografia e artes plásticas. Para a produção da *Público*, foi feito um projeto gráfico e editorial que definiu parâmetros estéticos e de conteúdo para a publicação, como paleta de cores e predileção de alguns assuntos. Foi estabelecido, também, um público-alvo, que consiste em pessoas de qualquer idade que se interessem por arte. Dessa forma, a *Público* foi pensada para ajudar a democratizar o acesso à arte e à cultura locais.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Revista; arte; artista.

## **ABSTRACT**

This is an experimental project that consists in the production of an art and culture magazine called *Público*. The name of the magazine refers both to those who watches an artist and to public higher education. The magazine aims to publicize the work of artists of Brasil, Minas Gerais and, mainly, Viçosa, and bring entertainment and information about art and culture to readers. Thus, the publication brings critics, reports, interviews and photoshoots on various subjects, such as dance, graffiti, photography and fine arts. For the production of *Público*, we made a graphic and editorial project that defined aesthetic and content parameters for the publication, such as color palette and preference for some subjects. It has also established a target audience consisting of people of any age who are interested in art. So, the magazine was designed to help democratize access to local art and culture.

## **KEYWORDS**

Magazine; art; artist.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comparativo entre páginas espelhadas do catálogo da 33ª Bienal de São Paulo e páginas espelhadas da <i>Público n°2</i> .....	17
Figura 2 – Comparativo entre páginas espelhadas da <i>Hypebeast n°24</i> e páginas espelhadas da <i>Público n°2</i> .....	18
Figura 3 – Capa final da <i>Público n°0</i> .....	19
Figura 4 – Comparativo entre capa da <i>Habitat n°8</i> e <i>Público n°1</i> .....	20
Figura 5 – Capa da edição de julho de 2019 da <i>Vogue Ucrânia</i> .....	23

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quantidade de impressões e leituras de cada edição da <i>Público</i> .....	24
---------------------------------------------------------------------------------------	----

## SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	<b>8</b>
<b>Capítulo 1 - fundamentação teórico-conceitual</b> .....	<b>10</b>
1.1 Reflexões sobre o jornalismo cultural.....	10
1.2 Reflexões sobre o jornalismo de revista na internet.....	12
<b>Capítulo 2 - relatório técnico</b> .....	<b>16</b>
2.1 Pré-produção.....	16
2.2 Produção.....	18
2.3 Pós-produção.....	24
<b>Considerações finais</b> .....	<b>25</b>
<b>Referências bibliográficas</b> .....	<b>27</b>

## INTRODUÇÃO

A *Público* é uma revista desenvolvida como Trabalho de Conclusão de Curso que possui como recortes temáticos a arte e a cultura. Desse modo, a publicação tem como principal objetivo abordar o trabalho de artistas brasileiros/ mineiros, buscando dar enfoque aos artistas do município de Viçosa, Minas Gerais, para potencializar o alcance das iniciativas locais. Isso não implica, contudo, a ausência de produções de outras localidades do Brasil ou do exterior. Isto é, embora o destaque seja para artistas locais, a *Público* nem sempre dedica a totalidade de suas páginas a eles, uma vez que pautas interessantes que abrangem outras localidades não são descartadas.

O conceito da revista foi idealizado durante uma visita à Universidade Fumec, em Belo Horizonte, quando um grupo de alunos do Departamento de Comunicação Social da UFV participou do *XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste* (Intercom). Notamos que a maioria dos concorrentes na categoria revista da *Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação* (Expocom) tinha origem na educação superior privada. A ideia da *Público* foi concebida devido à carência de uma revista-laboratório da UFV que pudesse competir no Expocom.

Minha intenção, portanto, seria desenvolver, sob orientação da professora Eugene Francklin, um projeto de extensão para o curso de Jornalismo da UFV. Contudo, o projeto não foi contemplado no edital de extensão da universidade e acabou sendo adaptado para o meu trabalho de conclusão de curso.

A escolha dos temas arte e cultura partiram da minha afinidade por eles. Desde o primeiro ano da graduação, eu e meus colegas de atividades em grupo sempre optamos por fazer trabalhos relacionados ao jornalismo cultural. No segundo período, mantivemos um site chamado *Catraca Musical*, que falava sobre a cena musical alternativa viçosense. Depois, na disciplina de radiojornalismo, transformamos o site em um programa de rádio. Adaptamos o nome para *Catraca Cultural* e fizemos matérias sobre literatura, moda, cinema, entre outros. Logo, nota-se que esse foi o caminho que escolhi trilhar na graduação, e, por isso, nada mais justo do que segui-lo também no Trabalho de Conclusão de Curso.

O título da publicação faz referência ao ensino público, já que a intenção era fazer uma revista que o representasse na competição, frente à grande quantidade de representantes das instituições particulares. Ao mesmo tempo, o título evoca a ideia do público que assiste a um artista, já que nosso recorte temático é a arte. Partindo desse pressuposto, a *Público* seria uma

espécie de palco sobre o qual os cantores, pintores e outros produtores de cultura se apresentariam aos leitores, e é aí que a revista encontra sua principal razão de existir.

A proposta da *Público* não é meramente trazer matérias com os artistas. Na nossa revista, eles são destaque absoluto: não aparecem perdidos entre outros assuntos, mas, sim, como protagonistas das fotos, dos textos e, inclusive, com seus nomes na capa. Assim, a revista cumpre seu papel de palco. Ademais, toda edição possui uma entrevista cujo intuito é proporcionar ao leitor a oportunidade de se aprofundar no trabalho e nos pensamentos de um artista, uma vez que “o jornalista cultural deve explorar toda a riqueza do fato ou pessoa em questão” (ANCHIETA, 2009, p. 63).

Desse modo, a *Público* encontra sua relevância em dois aspectos: o primeiro e principal, ao divulgar artistas locais, impulsionando sua arte e fazendo-a chegar a mais pessoas; o segundo, pensando na possibilidade de inspirar e encorajar futuros jornalistas, pessoas que vejam na revista um modelo a ser seguido ou mesmo criticado, mas que os leve até o caminho da Comunicação. Esse é um ponto importante, uma vez que a própria *Público* partiu do amor a outras revistas, da admiração e do respeito aos editores e diretores criativos do mundo inteiro.

## CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-CONCEITUAL

### 1.1 Reflexões sobre o jornalismo cultural

Conforme Freire e Lopez (2006, p. 3), um marco inicial do jornalismo cultural no mundo foi a revista *The Spectator*, publicada a partir de 1711. Os dois autores trazem Piza ao associarem esse tipo de imprensa à modernidade e aos centros urbanos.

Em outras palavras, a *Spectator* – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade. [...] A *Spectator* se dirigia ao homem da cidade, “moderno”, isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltando diante das mudanças no comportamento e na política. Sua ideia era a de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2004, p.12).

À época, o Brasil ainda era uma colônia portuguesa, e, como tal, não possuía grandes centros urbanos e, logo, o aparato necessário para uma imprensa organizada. De acordo com Strelow (2008), o jornalismo cultural chegou ao Brasil com a vinda da Família Real, no início do século XIX. Na Europa, era comum que esse tipo de publicação tratasse sobre literatura. O primeiro jornal cultural que se tem registro no Brasil é *Ensaio de Literatura*, fundado na Bahia pelo português Diogo Soares da Silva de Bivar, em 1812. Este foi, também, o terceiro jornal do país.

Além de publicar críticas e ensaios sobre literatura, esses jornais passaram, também, a divulgar histórias seriadas em suas edições, popularizando, assim, o chamado folhetim, que, segundo Strelow (2008, p. 121), eram romances publicados em partes, “suspendendo sua ação dramática de tal forma que a solução do problema ou do enigma exigisse vários capítulos nos quais novos personagens e acontecimentos fossem surgindo”.

Em 1838, foi publicada a primeira novela em formato de folhetim no Brasil, quando *Capitão Paulo* passou a integrar as páginas do *Jornal do Comércio*, no Rio de Janeiro (STRELOW, 2008). Com o tempo, essas publicações foram fazendo sucesso entre os brasileiros, e revelando grandes títulos da nossa literatura, como *O Guarani*, que veio à tona em 1857.

O gênero representou, no Brasil, a exemplo do que aconteceu na França, uma abertura dos jornais para novas camadas de público, além de uma alternativa que proporcionava periódicos de baixo preço e grande tiragem. Suas características logo seriam reconhecidas pelo leitor: enredos complexos, grande número de personagens, ações eletrizantes, detalhes em torno do passado cuidadosamente omitidos pelo narrador até determinado momento da ação. O sucesso dessas publicações era tão grande que, em seguida, as gráficas que imprimiam os jornais diários passaram a reproduzir, em volumes

ilustrados, aqueles mesmos textos consagrados pelos leitores. (STRELOW, 2008, p. 123).

Depois dos jornais literários, começaram a surgir as revistas culturais no Brasil. De acordo com Piza (2004, p. 43), “as revistas culturais se multiplicaram a partir dos anos 20 e as seções culturais da grande imprensa diária se tornaram obrigatórias a partir dos anos 50”. Talvez, a popularidade dessa forma de jornalismo se deva ao fato, entre outras coisas, de que as novas gerações de repórteres tenham se interessado pela prática. Uma das motivações da *Público*, inclusive, é inspirar os leitores a tomarem iniciativas jornalísticas culturais, como aponta Teixeira (2009, p. 63): “O jornalismo cultural (...) deve criar a necessidade de um círculo virtuoso, no qual potencializa acesso e divulgação cultural diversa, que atinge futuros jornalistas da área”.

É inevitável, porém, que essa discussão esbarre em um conceito mais amplo. Afinal, a *Público* não é apenas uma revista de cultura, mas, também, de arte. Battistoni (1996, p. 9) aponta que “nenhuma definição conseguiu e talvez jamais consiga sintetizar este complexo fenômeno espiritual e material ao mesmo tempo”. Mais à frente, porém, ele se aproxima de uma explicação plausível ao dizer que a arte é um meio pelo qual o homem transforma o mundo, utilizando seu conhecimento para passar suas ideias e pensamentos (BATTISTONI, 1996).

Mais do que trazer divulgação de artistas, a *Público* se propõe a ser, como explicitado na carta ao leitor da edição nº 0, artística. Para Piza (2004, p. 59), “uma matéria jornalística é, ela mesma, um produto cultural, para um consumo que às vezes se esgota em si mesmo”. Além do texto, o *design* de revista poderia, eu suponha, ser interpretado como uma atividade próxima ao fazer artístico, uma vez que envolve escolhas estéticas. Porém, para além disso, de acordo com Scalzo, (2004, p. 67), *design* é “comunicação, informação, arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler”.

A saída mais clara que a *Público* encontra para ser, ela própria, sutilmente artística, vem das fotografias que terminam cada edição. Susan Sontag (2004) afirma que as fotos são uma interpretação do mundo assim como os desenhos e as pinturas. Ela dá uma breve perspectiva histórica sobre a fotografia como arte:

As primeiras câmeras, feitas na França e na Inglaterra no início da década de 1840, só contavam com os inventores e os aficionados para operá-las. Uma vez que, na época, não existiam fotógrafos profissionais, não poderia tampouco haver amadores, e tirar fotos não tinha nenhuma utilidade social clara; tratava-se de uma atividade gratuita, ou seja, artística, embora com poucas pretensões a ser uma arte. Foi apenas com a industrialização que a fotografia adquiriu a merecida reputação de arte. Assim como a industrialização propiciou os usos sociais para as atividades do fotógrafo, a

reação contra esses usos reforçou a consciência da fotografia como arte (SONTAG, 2004, p. 10).

A *Público* entende, então, que a fotografia é um modo de atizar a imaginação do leitor, contando histórias fictícias através da imagem e, desse modo, aproximando-se do fazer artístico.

## 1.2 Reflexões sobre o jornalismo de revista na internet

As primeiras publicações de cultura no Brasil tinham caráter ensaístico ou, então, folhetinesco. O gênero revista, no entanto, demanda mais dinamicidade e menos formalidade no texto jornalístico. No Brasil, a *Revista Cruzeiro*, fundada em 1928, ajudou a popularizar a descontração da informação e serviu de escola para as publicações que vieram depois.

O *Cruzeiro* trazia um pouco de tudo e se dirigia a todos, homens e mulheres, jovens ou não, longe da preocupação, hoje obrigatória, de descobrir as preferências de cada um, seus gostos, expectativas ou estilos de vida. Era a "revista da família brasileira". (...) Cada exemplar encontrava mais de 4 leitores dentro da mesma casa, percorrendo, como se vê, diferentes sexos idades e classes sociais. (MIRA, 1997, p13).

Scalzo (2004, p. 14) diz que “revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal”. Entende-se, assim, que a revista é espaço para experimentação; é um veículo que, ao ser aberto pelo leitor, deve brilhar aos seus olhos, fazê-lo sentir prazer em folhear as páginas, descobrir o que vem adiante. Muitos são os meios utilizados para isso, visto que as revistas “dispõem de mais espaço para fotografias e ilustrações, recursos que devem ser explorados ao máximo como diferencial em relação a outros veículos” (ROCHA, VELOSO, 2014, p. 2).

De fato, a revista é diferente do jornal, por exemplo. De acordo com Rocha e Veloso (2014, p. 2), as matérias nas revistas não devem estar presas à factualidade, uma vez que o intervalo entre as edições esfriaria as notícias. Desse modo, “é necessário se permitir o aprofundamento da pauta, procurar um novo foco para o acontecimento, outra abordagem e perspectiva, explicar algo de uma forma que ninguém explicou, jogando com os detalhes, associando temas e acontecimentos” (ROCHA, VELOSO, 2014, p. 2).

Na *Público*, isso se verifica, por exemplo, na matéria sobre o fotógrafo Ralph Sales. Ele estrearia sua exposição no dia 18 de outubro, mas não sabíamos se a edição estaria publicada antes dessa data. Por isso, o foco do texto foi menos o fato da exposição e mais a prática

fotográfica de Ralph, havendo o cuidado de fazer um texto que não tivesse cara de agenda, mas de perfil.

A escolha de fazer da *Público* uma revista *on-line* foi puramente motivada por questões financeiras, uma vez que não tínhamos recursos para imprimi-la. A partir dessa decisão, então, foram pensadas estratégias para aproveitar o ambiente virtual da melhor maneira possível. Descobrimos, assim, que as revistas de internet têm características próprias, apesar de muitas vezes se assemelharem às impressas, como apontam Natansohn e Cunha (2010, p. 71): “no final do século XX, quando o jornalismo chegou nas redes digitais, elas também se transladaram ao ciberespaço, se recriaram e transformaram a tal ponto que a pergunta sobre o que é, hoje, uma revista no ambiente web, não é nada fácil de responder”.

Num esforço de tentar compreender as diferenças que marcam as revistas no contexto digital, mesmo estas sendo tão mutáveis e, por isso, difíceis de definir, podemos pontuar os dispositivos móveis como destaque. No lugar do papel e da tinta, as revistas *online* aparecem nas telas de celulares e *tablets*, o que acarreta numa série de peculiaridades. Uma delas é o *design* responsivo, isto é, a adaptação automática do conteúdo a diferentes tamanhos de tela e orientações de página (horizontal ou vertical). A *internet* possibilita, também, a inserção de galerias de fotos, enquetes, *links*, *QR codes*, entre outros recursos. Por isso, grande parcela das revistas de grande tiragem disponibilizam aplicativos de celular para os leitores.

Os smartphones também possibilitam a instalação de aplicativos para dentro do aparelho, um nicho que também foi explorado pelas revistas, já que permite uma maior variedade de recursos para além da navegação de sites adaptados para a tela menor dos celulares. No caso do Brasil, algumas publicações já disponibilizam aplicativos para o iPhone, o smartphone da Apple, um dos principais modelos do mercado. É o caso das revistas Caras, Crescer, Galileu, IstoÉ, Gente, Rolling Stone Brasil, Veja, Trip e TPM. Além de o usuário ter acesso às notícias online da revista também pode visualizar galerias de fotos, ter acesso a conteúdo exclusivo e inclusive ouvir rádio, como é o caso da Trip FM, disponível nos aplicativos das revistas Trip e TPM. (NATANSOHN, CUNHA, 2010, p. 75).

Mais do que responsivas e tecnológicas, as revistas *online* devem possuir uma dimensão estética agradável. Se a revista física, que custa determinado valor na banca, compete apenas com as que também estão disponíveis naquele local, no ambiente *online*, milhares de publicações gratuitas competem entre si, com a distância de apenas um clique entre uma e outra.

Revistas existem para serem olhadas, vistas, tocadas, “sentidas”, mais do que lidas. A leitura destas em telas certamente algo menores (como no caso do iPad) não pode fugir daquilo que as diferencia: a beleza e o prazer do consumo estético. Usabilidade e beleza devem ir juntas nas interfaces de sites de revistas

online, pois importa mais ver do que ler. (NATANSOHN, CUNHA, 2010, p. 153).

Uma das vantagens da *Público* é não ter passado pelo processo de adaptação aos meios digitais, uma vez que ela já nasce na internet. Dora Santos Silva chama revistas como a nossa de “nativas digitais”.

Ao mesmo tempo que as revistas impressas começaram a procurar a sua representação em ambiente digital, outras nasceram apenas no meio digital ou apenas em versão tablet – as chamadas nativas digitais. A grande diferença em relação às apps de revistas impressas é que foram pensadas de raiz para o ambiente digital, não sofrendo os obstáculos de um processo de remediação (SILVA, 2014, p. 112).

A autora reflete, também, sobre a dimensão da memória nas revistas digitais, uma vez que, inseridas neste ambiente, elas proporcionam ao leitor a possibilidade de “recuperar dados da maneira que desejar” (Meso et al., 2011, p. 51 apud SILVA, 2014, p. 113). Na *Público*, isso se verifica, por exemplo, quando o livro *A Rosa do Povo* é mencionado na edição nº 2 e o leitor é lembrado de que aquele livro esteve presente na capa da edição nº 0; ou quando, na matéria sobre o grafiteiro Branco, o leitor é lembrado de que o nome dele fora citado na edição anterior. O leitor pode conferir essas referências internas apenas clicando na capa de outra edição da revista.

Natansohn e Cunha (2010, p. 71) sinalizam que “softwares para produção, edição, distribuição e leitura online aparecem sem parar”. Para hospedar a *Público*, escolhemos a plataforma Issuu, muito por conta de sua popularidade e facilidade. Essa plataforma se enquadra entre as que simulam as revistas impressas, utilizando animações de folheio de página no momento da leitura. (NATANSOHN et al., 2013, p13).

Uma facilidade notada no Issuu diz respeito ao compartilhamento, já que, enquanto a revista impressa teria que circular fisicamente entre os leitores, limitando seu alcance ao número de cópias da tiragem, no ambiente online basta copiar e colar um *link*. “O diferencial desse site é que é uma mídia social de compartilhamento de conteúdo, o que significa que os usuários podem hospedar o seu produto no Issuu e divulgar o link para que seja visualizado” (NATANSOHN et al., 2013, p21).

Por isso, ao final do processo de criação da *Público*, foi muito propício tê-la disponibilizada na internet. Para divulgá-la, bastou colocar o link do Issuu na minha conta pessoal do *Instagram*, acompanhada de *teasers* das edições. Já em relação à linguagem, conteúdo, *design* e formas de abordagem das matérias, a *Público* não se difere em nada de uma

publicação impressa, uma vez que não foi descartada a possibilidade de impressão futura, a depender da disponibilidade de recursos.

## CAPÍTULO 2 - RELATÓRIO TÉCNICO

### 2.1 Pré-produção

De acordo com Scalzo (2004, p.61), “Uma boa revista começa com um bom plano editorial e uma missão definida — um guia que vai ajudá-la a posicionar-se objetivamente em relação ao leitor e ao mercado”. Por isso, a produção da *Público* foi guiada pela definição de um público-alvo: pessoas de qualquer idade que se interessem pela arte. Uma das razões de ser dessa publicação, nesse sentido, é levar conteúdo artístico para os leitores de forma descomplicada e descontraída.

Definimos que a *Público* se proporia a fazer entrevistas, reportagens, críticas, divulgações, entre outras coisas relacionadas à arte e à cultura. Trataríamos preferencialmente de artes plásticas, cinema, música, literatura e teatro. Decidimos evitar shows de comédia (*stand-ups*), *blockbusters* (filmes que não precisam desse espaço para ter visibilidade) e nudez; e proibir obras politicamente ligadas a grupos extremistas, de cunho religioso ou que ofendessem a qualquer grupo ou religião.

Determinamos, também, que a missão da *Público* seria levar ao leitor uma opção de jornalismo diferente da mídia hegemônica; pensar e repensar os conceitos estéticos e gráficos do texto e da imagem; refletir sobre os limites entre o jornalismo, o design gráfico e a arte; e, por fim, ser mais um espaço de potencialização das manifestações culturais viçosenses, mineiras e brasileiras.

Quanto às proporções da revista, optamos pelo formato magazine, de 20 x 26,5 cm, deixando o número de páginas em aberto para cada uma das edições. Na construção da paleta de cores, indicamos que daríamos preferência às cores vermelho carmim, azul marinho, preto, branco e amarelo escuro. É importante destacar, contudo, que nenhuma dessas definições representou amarras à produção das revistas. Eram indicações para manter a *Público* coesa, mas entendemos que cada matéria demandaria um tratamento próprio.

Nesse sentido, a pré-produção e a produção em si se misturam. Foram delineados parâmetros para a realização de um trabalho consistente, mas não paramos, em momento algum, de procurar novas fontes, referências e inspirações para manter a revista em movimento e contendo elementos que diferenciasssem uma edição da outra.

É importante dizer que, na pré-produção, realizamos uma busca por referências estéticas de outras publicações do gênero. Foi decidido que a *Público* teria um visual minimalista, isto é, que a diagramação não disputaria o destaque das páginas com o material artístico nelas

divulgado. Nesse aspecto, o intuito era que o *design* da revista se assemelhasse, na medida do possível, ao dos catálogos de museu — utilizando os da Bienal de Arte de São Paulo como referência.

**Figura 1:** comparativo entre páginas espelhadas do catálogo da 33ª Bienal de São Paulo (à esq.), e páginas espelhadas da *Público* nº2 (à dir.).



Fonte: Issuu.

Além do catálogo da Bienal, outras publicações foram inspiração para a *Público*. Entre elas, destacam-se as revistas *Hypebeast*, *Fashion Journal*, *Mad Sounds* e *Baccalà*. Todas apresentam visual semelhante, com pouquíssimos elementos gráficos à exceção do texto e imagem. Frequentemente, as fotografias ocupam todo o espaço disponível de uma página. O *software* utilizado para a diagramação da *Público* foi o *Adobe InDesign*, devido à popularidade que ele possui entre os colegas jornalistas e *designers*.

**Figura 2:** comparativo entre páginas espelhadas da *Hypebeast* n°24 (à esq.), e páginas espelhadas da *Público* n°2 (à dir.)



Fonte: Issuu.

Foi decidido, também, que as edições da *Público* contariam com as seguintes editorias: *Para pensar*, constituída sempre por uma crítica de filme, livro ou disco, não necessariamente brasileiro ou recente; *Cena Cultural*, na qual seriam apresentadas matérias de divulgação de artistas obrigatoriamente residentes em Viçosa ou região próxima; *Na Estante*, na qual leitores da *Público* indicariam produtos culturais de sua preferência; *Ateliê de Artista*, constituída por entrevista com artistas de Viçosa e arredores; e um editorial fotográfico, no qual o editor em exercício da revista poderia usar a criatividade para retratar alguma forma de arte.

## 2.2 Produção

Em abril de 2019, teve início a produção da primeira edição da *Público*, que, mais tarde, seria numerada como n° 0. Essa numeração se deve ao caráter prototípico dessa edição, uma vez que, apesar de apresentar uma espécie de teste do que viria a ser a revista, ela não segue a separação por editorias proposta para guiar a publicação, exceto por *Ateliê de Artista*.

O entrevistado da *Público* n° 0 é o artista plástico Oswaldo Santana, residente no bairro da Viçosa, em Viçosa. Ele me recebeu em seu ateliê, o que originou o título da editoria. A conversa aconteceu ao som dos discos de vinil que ele possuía em sua coleção, em torno de seus quadros e rascunhos. Essa experiência, que foi o primeiro contato com uma fonte da revista, determinou o estilo de abordagem que seria adotado nos textos: preferencialmente leve e narrativo.

A matéria de divulgação desta edição é sobre o projeto de dança *MoveJazz*, desenvolvido e liderado por Bruna Villarinho, estudante do curso de dança da UFV. Já o

editorial fotográfico, intitulado *As Rosas do Povo*, faz alusão ao mais célebre livro de poemas de Carlos Drummond de Andrade: *A Rosa do Povo*. Nas fotos, as rosas são representadas pelas modelos, que posam com o livro nas mãos. Mais tarde, na diagramação, foram inseridos trechos dos poemas de Drummond e de contos de Clarice Lispector nas páginas do editorial. Todas as fotos dessa e das outras edições foram tiradas com câmeras *Nikon D90*, emprestadas pelo Departamento de Comunicação Social da UFV.

A capa da *Público* nº 0 é composta por uma foto retirada do ensaio fotográfico, na qual uma das modelos cobre parte do rosto com *A Rosa do Povo*. Ao lado da imagem, lê-se um pedaço do poema *Carrego comigo*, presente no livro. Inicialmente, foi utilizada a fonte *Didot* para o título da revista. No entanto, em orientação posterior, quando foi formalmente demarcado o estilo tipográfico da publicação, foi decidido que a fonte do título seria *Coolvetica*, mantendo-se *Didot* para o slogan *revista brasileira de arte e cultura*. Nessa mesma orientação, foi estabelecido que as matérias seguissem a fonte *Louis George Cafe*, deixando livre a escolha de fontes para os títulos, mas recomendando *Sophia*.

**Figura 3:** capa final da *Público* nº 0.

# Público.

Carrego comigo  
há dezenas de anos  
há centenas de anos  
o pequeno embrulho.  
Serão duas cartas?  
será uma flor?  
será um retrato?  
um lenço talvez?  
Já não me recordo  
onde o encontrei.  
Se foi um presente  
ou se foi furtado.  
Se os anjos desceram  
trazendo-o nas mãos,  
se boiava no rio,  
se pairava no ar:  
Não ousou entreabri-lo.  
Que coisa contém,  
ou se algo contém,  
nunca saberei.  
Como poderia  
tentar esse gesto?  
O embrulho é tão frio  
e também tão quente.  
Ele arde nas mãos,  
é doce ao meu tato.  
Pronto me fascina  
e me deixa triste.  
Guardar um segredo  
em si e consigo,  
não querer sabê-lo  
ou querer demais.



REVISTA BRASILEIRA DE ARTE E CULTURA

0

Fonte: Issuu.

No intervalo entre a produção das edições 0 e 1, foram buscados documentários que pudessem inspirar a parte gráfica da revista. Nesse aspecto, o que mais se destacou foi *Helvetica*, de Gary Hustwit. Algumas fontes tipográficas, como *Helvética* e *Futura*, foram inseridas na *Público* graças a ele. Ambas foram elementos símbolo do design modernista pregado pelos suíços Armin Hoffman e Emil Ruder, e, a partir daí, começou a ser pensada a capa da revista subsequente, *Público n.º1*.

Sendo modernistas e suíços exemplares (precisos e dogmáticos) seus designers maiores (Emil Ruder, Armin Hoffman, Josef Müller-Brockman) pregavam a superioridade universal de suas soluções gráficas restritivas, rigidamente controladas pelo grid system e vestidas uniformemente pelas famílias Futura, Helvetica e Univers. (CAUDURO, 2000, p. 130)

Pesquisando mais sobre o tema, cheguei à revista *Habitat*, uma importante publicação do modernismo brasileiro cuja primeira edição aconteceu em 1950. Inicialmente editada por Lina Bo Bardi, a revista tratava de arquitetura, artes plásticas, literatura e teatro, conforme aponta Stuchi (2010, p. 18). Curiosamente, o *slogan* da revista era “revista das artes no Brasil”, muito semelhante ao da *Público*. Por esses motivos, decidimos usar a capa da *Habitat n.º 8* como base estética para a capa da *Público n.º 1*.

**Figura 4:** comparativo entre capa da *Habitat n.º 8* (à esq.), e *Público n.º 1* (à dir.).



Fonte: awarewomenartists.com / Issuu.

Em termos de conteúdo, a edição número um da *Público* é mais extensa que a anterior. Enquanto a zero tem 20 páginas, esta possui 40. Em *Para Pensar*, foi feita uma crítica sobre o filme *Antes do Amanhecer*, de Richard Linklater; *Cena Cultural* contou com o quadrinista Pedro Cupert e a cantora Gabriela Viegas; *Na Estante* apresentou as indicações da leitora Luana

Carmelina; *Ateliê de Artista* foi com a adepta do bordado livre Jaqueline de Holanda; e, por último, o editorial fotográfico retratou um casal (fictício) cujo primeiro encontro foi marcado pela presença da música e da poesia.

Inicialmente, a ideia era que Pedro Cupert falasse sobre suas aulas de desenho, as quais haviam chegado ao meu conhecimento por intermédio de uma veterana do curso de Jornalismo da UFV, Raíssa Rezende, que era sua aluna. Contudo, quando cheguei ao seu local de trabalho, um estúdio de tatuagem, ele me disse que estava finalizando uma história em quadrinhos (HQ). Por achar essa pauta mais interessante, mudei o assunto da matéria e o resultado foi o texto sobre *17 anos e um 38*.

Gabriela Viegas havia sido fonte de um podcast — feito por um grupo do qual eu não fazia parte — para o site FOCCA, fruto da disciplina de Jornalismo Online, ofertada no primeiro semestre de 2019. Desde então, eu tinha interesse em divulgar seu trabalho, uma vez que imediatamente enxerguei potencial em sua música. Nossa conversa aconteceu no Pavilhão de Aulas I (PVA) da UFV, entre uma aula e outra.

Jaqueline de Holanda faz parte do *Coletivo Livroar*, do qual também sou membro. Em nossos encontros, seu bordado era sempre um tema frequente, e, antes de conhecê-la, eu nunca havia pensado na prática como artística. Para visibilizar essa perspectiva do bordado como arte, decidi autá-la na revista. De todas as entrevistas, essa foi a mais prazerosa. Jaqueline tem uma percepção de mundo inspiradora.

Chamado *Primeiro Encontro*, o editorial fotográfico da *Público nº 1* foi feito no Vitrola Café, localizado na Rua dos Estudantes, no centro de Viçosa. Como o título sugere, as imagens encenam o primeiro encontro de um casal. Na capa do editorial, está escrito “O que primeiro ouvi contigo foi Caetano, o que primeiro ouvi de ti foi Neruda”, duas frases com cadências muito parecidas. A escolha por Caetano e Neruda foi puramente motivada pela semelhança rítmica entre os dois nomes, ambos paroxítonas — antes, a ideia era que a música fosse representada por Bob Dylan.

A ideia era estimular o leitor a imaginar um encontro em que Caetano estivesse tocando suavemente ao fundo, com o chiado de uma vitrola. Por isso, as imagens são acompanhadas por trechos de poemas de Pablo Neruda e da música *Você é Linda*, de Caetano Veloso.

A produção da *Público nº 2* começou antes mesmo que a anterior fosse finalizada. Na matéria sobre Pedro Cupert, o quadrinista cita o grafiteiro Branco, o que me motivou a ir falar com ele. Branco e três amigos me receberam no estúdio de tatuagem onde trabalham, e passamos um fim de tarde conversando sobre seus trabalhos. Daí, surgiu a matéria sobre arte de rua, presente da editoria *Cena Cultural* da edição.

Conheci Ralph Sales, o fotógrafo cujo trabalho é divulgado também em *Cena Cultural*, numa reunião do Departamento de Fitotecnia, para o qual presto serviço no meu estágio. Houve um momento em que ele mencionou que estava preparando uma exposição fotográfica na Pinacoteca da UFV, e por isso, marquei uma entrevista com ele. Dias depois, conversamos no Horto Botânico da universidade, cenário da foto que utilizei para resumir seu perfil na revista.

Enquanto a edição nº 1 divulga dois artistas em *Cena Cultural*, a nº 2 traz três. A última é Letícia Victorelli, uma aluna do curso de Dança que conheci durante um café com a professora Mariana Bretas, do Departamento de Comunicação Social. Letícia é professora de dança acrobática, fato que me chamou bastante a atenção. Na mesma semana, visitei uma de suas aulas, onde entrevistei, também, a aluna Thaís Freitas.

Em *Para Pensar*, foi feita uma crítica sobre o álbum *Nossos Amigos e os Lugares que Visitamos*, da banda belorizontina El Toro Fuerte. A princípio, ela faria parte da editoria *Ateliê de Artista*, e, por isso, entrevistei os integrantes via e-mail. Posteriormente, em orientação, foi pontuado que, por eles não serem de Viçosa, era melhor transformar a entrevista numa crítica com texto corrido. Esse foi o maior desafio dessa e, talvez, de todas as edições: inserir falas dos artistas num texto opinativo, resultando numa espécie de reportagem crítica.

Como alternativa para *Ateliê de Artista*, entrei em contato com a professora Christina Fornaciari, do curso de Dança, e ela aceitou conversar com a *Público*. A escolha de trazê-la à publicação foi motivada por uma aula que ela deu para a minha turma de Arte e Comunicação, em 2017. Me recordo de que, à época, me identifiquei profundamente com todas as suas ideias sobre arte.

Christina me recebeu em seu gabinete no Departamento de Artes e Humanidades. Depois de conversarmos por quarenta minutos, tirei algumas fotos suas no estúdio de dança do prédio.

A ideia para o editorial fotográfico dessa edição, primeiramente, era trabalhar com cavaletes, telas e pincéis. O local ideal para tirar fotos com essa temática seria o ateliê de Oswaldo Santana, o entrevistado da edição nº 0. Além de seu jardim ser de uma beleza impressionante, o que já seria, aliás, motivo suficiente, ele teria todos os materiais necessários para compor as imagens. Contudo, Oswaldo não aceitou ceder o espaço para uma sessão de fotos.

Depois disso, comecei a procurar na internet por referências que inspirassem um editorial. Como a edição dedicava algumas páginas ao trabalho de Ralph Sales, fotógrafo, considerei fazer algo relacionado ao ato fotográfico. O problema, então, era de que modo retratar esse tema. Uma noite, mexendo no *Instagram*, encontrei a inspiração perfeita: uma capa

da *Vogue Ucrânia* que dava a impressão de que o leitor seria o objeto fotografado. A partir dessa referência, foi decidido que as fotos do editorial da *Público n° 2* seguiriam a mesma proposta, algo como se o modelo, na verdade, estivesse do outro lado da página, como se a revista se passasse nos bastidores.

**Figura 5:** capa da edição de julho de 2019, *Vogue Ucrânia*.



Fonte: Instagram.

Nesse editorial, a diagramação assumiu um papel importantíssimo. Para compor o imaginário do ato fotográfico — que, inclusive, faz referência ao primeiro livro que li para a disciplina de Fotografia, então ofertada no primeiro semestre de Jornalismo na UFV: *O Ato Fotográfico*, de Philippe Dubois —, foram inseridos elementos que remetem à fotografia analógica, como os dizeres “Kodak Portra 400”, que faz alusão a um dos filmes mais populares da Kodak. Além disso, na capa do editorial, as imagens estão dispostas como em tiras de retratos 3x4.

Nas antigas redações, a diagramação era feita, também, de modo analógico: os elementos das páginas eram dispostos manualmente e depois digitalizados. Por isso, trabalhei com a ideia de anotações, rabiscos e fitas adesivas, tudo para compor o imaginário de bastidor, como se aquela fosse uma espécie de rascunho da diagramação.

Para complementar o aspecto metalinguístico do editorial, foram inseridas anotações relacionadas à própria produção das revistas. Perto da câmera, por exemplo, está escrito “*Nikon D90* emprestada do Departamento de Comunicação”; já próximo a um livro, há os dizeres “emprestado da biblioteca”. Com isso, minha intenção foi destacar o lugar da universidade pública dentro do meu trabalho: sem ela, nada teria sido feito.

### 2.3 Pós-produção

Depois de finalizadas as edições, as revistas foram, uma a uma, disponibilizadas no Issuu no formato pdf. Até a conclusão deste memorial, elas somavam, juntas, 983 acessos e 228 leituras.

Para divulgá-las, foi usada a minha conta pessoal no *Instagram*. Para as edições nº 1 e 2, elaborei pequenos vídeos com a síntese do conteúdo: as principais fotos e páginas. Junto com os vídeos, postei o link das edições no Issuu e resumi as revistas na legenda da publicação, apontando o nome de todas as matérias presentes em cada uma delas.

A inspiração para fazer os vídeos veio de um documentário que assisti sobre a *designer* Paula Scher, também como parte da minha busca por referências estéticas para a *Público*. Chamado *Abstract, a arte do design*, o filme mostra o processo criativo de Scher para a elaboração de seus trabalhos. Um deles, o logotipo do *Public Theater* — curiosamente, “public” —, me chamou a atenção: percebi que ela não apresentava o logo aos clientes de forma estática, e, sim, mostrava um vídeo com as letras de “public” animadas, partindo de várias direções para formar a palavra. Isso me passou a ideia de sofisticação e, de certa forma, zelo. Por isso, utilizei a mesma ideia para a nossa revista.

Abaixo, o número de impressões (quantidade de vezes que os usuários acessaram a página da revista no Issuu) e de leituras (quantidade de vezes em que a revista foi aberta) de cada edição referentes a onze de novembro de 2019, quando finalizamos este memorial.

**Tabela 1:** quantidade de impressões e leituras de cada edição da *Público*.

<b>Edição</b>	<b>Impressões</b>	<b>Leituras</b>
<b>Público nº 0</b>	222	19
<b>Público nº 1</b>	292	96
<b>Público nº 2</b>	99	59

Tabela de dados referente ao dia 10/11/2019.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *Público* foi, sem dúvidas, o trabalho mais gratificante de toda a minha trajetória na universidade. É emocionante perceber que sou capaz de fazer um produto tão semelhante — em qualidade técnica — aos que tanto admiro. Extremamente perfeccionista como sou, consigo identificar pontos que gostaria de aperfeiçoar em cada uma das três edições, mas eles não tiram de mim o orgulho por poder abrir a revista e reconhecer ali o meu trabalho.

Decidi que meu TCC seria relacionado à fotografia no terceiro período do curso de Jornalismo. Minha ideia era fazer uma revista fotográfica com fotos do começo ao fim. Mais tarde, a *Público* surgiu e tomou conta da minha mente e coração, mas dei um jeito de inserir a fotografia neste trabalho.

A *Público* representava, para mim, um desafio muito grande. Sempre me considerei péssimo em diagramação. Para falar a verdade, eu não sabia basicamente nada. Por isso, este trabalho poderia ter sido uma catástrofe. Não sou de assumir riscos, mas quis assumir este. Depois de consumir muito conteúdo na internet, de ver documentários na tentativa de entender como os *designers* pensam, fui me sentindo cada vez mais seguro para abrir o *Adobe InDesign* e “brincar” de *Público*.

Nesse processo, foi essencial conhecer minhas limitações: nunca forcei para a revista algo que eu não fosse capaz de fazer. Dessa maneira, algumas ideias ficaram para trás, mas isso não foi de todo ruim. Acredito fielmente na beleza da simplicidade, do pouco, do orgânico.

Se tivesse que escolher uma frase que resumisse a produção da *Público*, esta seria: Deus está nos detalhes. Olhos atentos perceberão, por exemplo, que a fonte dos dizeres “bordando a vida”, presente em tamanho tão pequeno no canto superior esquerdo da capa da entrevista com Jaqueline de Holanda, é ziguezagueada como um bordado; ou que a expressão “o ato fotográfico” foi inserida propositalmente na matéria sobre Ralph Sales para fazer ligação com o título do editorial fotográfico daquela edição.

Sonho em fazer mais edições da revista, em criar um perfil no *Instagram* para ela, talvez um site. Transformá-la numa publicação especializada em música. Vender anúncios, contratar repórteres. Parece difícil, mas todo grande *site* de mídia alternativa começou pequeno. De qualquer modo, se esse sonho não perder a força, terei um caminho árduo pela frente. E, se perder, tudo bem: já me diverti, já provei a mim mesmo que posso diagramar.

Para os leitores, espero que a revista possa ser um momento de lazer interessante, e que os leve a se aprofundar no trabalho dos artistas citados. Que procurem mais sobre eles e assistam aos clipes de Gabriela Viegas no Youtube, compareçam ao espetáculo de Dança Aérea, visitem

a exposição de Ralph Sales na Pinacoteca, reparem nos grafites de Branco nas ruas de Viçosa, entre outros. Em suma, desejo que apreciem a *Público* e abram os olhos para a arte que está presente em nosso entorno todos os dias.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCHIETA, Isabelle. Jornalismo cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e a complexidade da cultura. **Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências**. 1ª ed., São Paulo: Miro Editorial, p. 53-68, 2009.

BATTISTONI F, Duílio. **Pequena história da arte**. 7ª ed. Campinas: Papyrus, 1996.

CAUDURO, Flávio Vinicius. Design gráfico e pós-modernidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 7, n. 13, 2000, p. 127-139. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3088/2364>. Acesso em: 1 nov. 2019.

LOPEZ, Debora; FREIRE, Marcelo; O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã, Portugal, v. 6, p. 1-12, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>. Acesso em: 18 out. 2019.

MIRA, Maria Celeste. Constituição e segmentação do mercado de revistas no Brasil: o caso da Editora Abril. In: XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 11., 1997. **Anais...** Recife, Intercom, 1998. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/8784daf924e0b3abe89731d16fcb0d00.PDF>. Acesso em: 16 out. 2019.

NATANSOHN, L. Graciela; CUNHA, Rodrigo. O jornalismo de revista no cenário da mobilidade. **Prisma**, Salvador, n. 12, p. 70-88, 2010. Disponível em <https://pentaho.letras.up.pt/ojs/index.php/prismacom/article/view/2024>. Acesso em: 17 out. 2019.

NATANSOHN, Leonor Graciela et al. Revistas online: do papel às telinhas. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p. 2010. Disponível em <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/20936>. Acesso em: 17 out. 2019.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

ROCHA, Arthur de Oliveira; VELOSO, Maria do Socorro Furtado. Jornalismo cultural: relato de experiência sobre a construção de uma revista experimental para a web. In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16., 2014. **Anais...** João Pessoa, Intercom, 2014. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-1438-1.pdf>. Acesso em: 16 out. 2019.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SILVA, Dora Santos. Aproveitamento das potencialidades dos dispositivos móveis pelas revistas impressas: um estudo de caso da aplicação da revista Visão para iPad. **Prisma**, Salvador, n. 24, p. 109-138, 2014. Disponível em <https://ojs.letras.up.pt/ojs/index.php/prismacom/article/view/1882>. Acesso em: 15 out. 2019.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. Trad.: Rubens Figueiredo. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2004.

STRELOW, Aline. Jornalismo literário e cultural: Perspectiva histórica. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 18, p. 113 - 134, 2010. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/17465/11101>. Acesso em: 17 out. 2019.

STUCHI, Fabiana Terenzi. **Revista Habitat: um olhar moderno sobre os anos 50 em São Paulo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Projeto, Espaço e Cultura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16136/tde-14052010-102629/pt-br.php>. Acesso em 10 nov. 19.