



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

MARIA LAURA ALVES FERREIRA DE ALMEIDA

**ENTUSIASTA: RELATÓRIO SOBRE A PRODUÇÃO DE REVISTA PARA FÃS DE
CULTURA POP**

**CAMPINA GRANDE - PB
2025**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

MARIA LAURA ALVES FERREIRA DE ALMEIDA

**ENTUSIASTA: RELATÓRIO SOBRE A PRODUÇÃO DE REVISTA PARA FÃS DE
CULTURA POP**

Relatório técnico apresentado ao Curso Bacharelado em Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Agda Patrícia Pontes Aquino

**CAMPINA GRANDE - PB
2025**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A447e Almeida, Maria Laura Alves Ferreira de.
Entusiasta [manuscrito] : relatório sobre a produção de revista para fãs de cultura POP / Maria Laura Alves Ferreira de Almeida. - 2024.
42 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Profa. Dra. Agda Patrícia Pontes Aquino, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "

1. Revista jornalística. 2. Revista Entusiasta. 3. Público feminino. 4. Produto midiático. 5. Relatório técnico. I. Título

21. ed. CDD 070.4

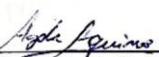
MARIA LAURA ALVES FERREIRA DE ALMEIDA

ENTUSIASTA: RELATÓRIO SOBRE A PRODUÇÃO DE REVISTA PARA FÃS DE CULTURA POP

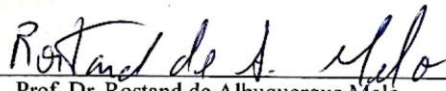
Relatório técnico de produto midiático apresentado ao Curso de Jornalismo do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharela em jornalismo.

Aprovado em: 20/06/2024

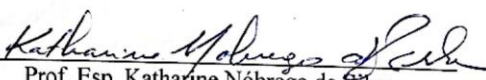
BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr.ª Agda Patrícia Pontes Aquino
(Orientadora)

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Rostand de Albuquerque Melo

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Esp. Katharine Nóbrega da Silva

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Para todas as mulheres que realizam sonhos de suas
versões mais jovens que eram entusiasmadas por
alguém. Hoje, mantemos esse entusiasmo vivo em
nossos corações e memórias.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por nunca me deixar desistir e me ajudar a concluir essa etapa. À Maria Santíssima, agradeço por me acolher em teu colo nos momentos mais turbulentos e em cada noite que achei que não iria conseguir. A minha mãe, Neves, obrigado por me amar incondicionalmente desde o momento que Maria me colocou na sua vida, quero ser tão forte quanto você. A meu pai, Raimundo, obrigado por todas as risadas, ensinamentos, pelo cuidado e preocupação diária comigo.

À minha “irmãedinha”, Rachel, agradeço por todo o apoio, amor e irmandade. Obrigado por ser minha confidente e maior apoiadora das minhas decisões principalmente quando escolhi fazer jornalismo, você é minha maior conexão nesse mundo.

Se concluo essa etapa, vocês três são os grandes responsáveis por isso. Nunca terei como agradecer o suficiente a Deus por vocês em minha vida.

Ao ‘Otondo’, agradeço por terem me ensinado o que é companheirismo e amizade desde o primeiro período de graduação. Agradeço a Alberta, por ser uma entusiasta deste trabalho, me guiando no processo de criação da revista.

Agradeço Louyz, por ser uma amiga e tanto durante a graduação, sendo um apoio a quem pude recorrer em busca de conselhos. Obrigado por me socorrer, me incentivar e assegurar que isso daria certo. A Louise, obrigada por ser minha companheira nos últimos anos, principalmente nessa reta final madrugadas adentro. O processo de solidão na construção desse projeto se tornou menor graças às nossas conversas e desabafos, ter alguém comigo não me deixou desistir.

Às “Pétalas de Cristo”, por serem motivo de risadas e leveza em cada encontro, me ajudando a esquecer todas as preocupações deste trabalho. À Sueli de Sá, Diana Uchôa, Igor Batista e Diego Araújo, agradeço por serem exemplos de profissionais, mas especialmente pessoas, que me ensinam diariamente como ser uma jornalista.

A minha orientadora, Agda Aquino, por incentivar a ideia de que um projeto de conclusão de curso deve refletir o que a gente gosta e ser o ponto chave para explorar a cultura de ser entusiasta.

Agradeço a Andy Sachs, Andie Anderson e Jenna Rink por me fazerem enxergar o jornalismo e o universo das revistas, me moldando em meados dos anos 2000. Por fim, agradeço a Harry Styles, Niall Horan, Liam Payne, Louis Tomlinson, Zayn Malik e Taylor Swift por me tornarem uma entusiasta e serem minha distração e calma na minha adolescência e início da fase adulta em meio a todo o caos.

"Afeto está intimamente ligado ao que muitas vezes descrevemos como sentimento da vida. Afeto é o que dá 'cor', 'tom' ou 'textura' a nossas experiências" - Lawrence Grossberg

RESUMO

Este relatório técnico detalha o processo teórico e prático da produção de uma revista jornalística voltada ao público feminino adulto que é fã da cultura pop. O produto jornalístico criado foi a revista intitulada Entusiasta, um produto midiático digital de edição única lançado em junho de 2024. A revista surge com a intenção de preencher um espaço mercadológico carente de produções que tratem dessas mulheres sem pejorativos e valorizando seus interesses. Trazemos histórias selecionadas de fãs que possuem um sentimento de afeto e amor sem querer nada em troca, além de entregar a elas um conteúdo de entretenimento sobre seus ídolos e gostos. O relatório traz uma breve conceituação dos principais temas abordados e também das etapas de produção da revista: pré-produção, produção e pós-produção. O resultado desse processo é a revista Entusiasta, uma publicação digital de 68 páginas que celebra o entusiasmo de mulheres que são fãs.

Palavras-Chave: Revista. Entusiasta. Fã. Mulheres. Comunicação.

ABSTRACT

This technical report details the theoretical and practical process of producing a journalistic magazine aimed at an adult female audience who are fans of pop culture. The journalistic product created was the magazine entitled *Entusiasta*, a single-edition digital media product. The magazine appears with the intention of filling a market space lacking in productions that deal with these women without pejoratives and valuing their interests. We bring selected stories from fans who have a feeling of affection and love without wanting anything in return, in addition to providing them with entertaining content about their idols and tastes. The report provides a brief overview of the main themes covered and also the magazine's production stages: pre-production, production and post-production. The result of this process is *Entusiasta* magazine, a 68-page digital publication that celebrates the enthusiasm of women who are fans.

Keywords: Enthusiastic. Fan. Women. Communication. Magazine.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 –	Manchete do Jornal Extra em 12/08/2012.....	18
Figura 02 –	Manchete do Jornal Extra em 06/10/2011.....	18
Figura 03 –	Matéria da Folha de São Paulo publicada em 27/01/2023.....	19
Figura 04 –	Matéria da Folha de São Paulo publicada em 27/01/2023.....	20
Figura 05 –	Matéria da Folha de São Paulo publicada em 27/01/2023.....	20
Figura 06 –	Entrevista via Google Meet com Carol Moreira.....	29
Figura 07 –	Expediente da revista Entusiasta	30
Figura 08 –	Entrevista com Carol Moreira.....	30
Figura 09 –	Ensaio fotográfico da revista Entusiasta.....	31
Figura 10 –	Espelho inicial da revista	32
Figura 11 –	Espelho final da revista.....	33
Figura 12 –	Cores utilizadas para o projeto.....	33
Figura 13 –	Logomarca vermelha da revista.....	34
Figura 14 –	Logomarca roxa da revista.....	34
Figura 15 –	Títulos com tipografias diferentes.....	35
Figura 16 –	Capa da Revista Current.....	36
Figura 17 –	Divisão de editoria Revista Current.....	36
Figura 18 –	Divisão de editoria Revista Entusiasta.....	36
Figura 19 –	Galeria de Fotos Interativa.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 01	– Cronograma de atividades	25
Tabela 02	– Orçamento geral de gastos	26
Tabela 03	– Editorias e pautas da seção entusiasta.....	27
Tabela 04	– Editorias e pautas da seção entretenimento.....	28

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	JUSTIFICATIVA.....	13
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
4	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DA REVISTA	22
4.1	Cronograma e Orçamento.....	23
4.2	Pré-produção.....	24
4.3	Produção.....	26
4.4	Pós-produção.....	36
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
	REFERÊNCIAS	38
	APÊNDICES	40

1. INTRODUÇÃO

A relação entre fã e ídolo transcende o simples ato de admiração, nesse caso, segue até as identificações que fazemos ao longo do caminho fortificadas através de meios de comunicação. Há alguns anos era comum folhear revistas com matérias sobre nossos ídolos, fazer testes e destacar os posters das revistas. Atualmente essa prática está em decadência, apesar do público ter envelhecido, ainda existe a migração para o digital e a crise no mercado editorial.

Ainda assim, este trabalho apresenta o desenvolvimento da revista digital *Entusiasta*, um projeto de conclusão de curso voltado para mulheres que se identificam como fãs de cultura pop. Portanto, a pergunta que norteia este é: como produzir uma revista digital atual que contemple o público de mulheres que são fãs da cultura pop?

Diferente das publicações tradicionais de revistas de cultura pop, que são voltadas ao público adolescente, a *Entusiasta* é projetada para mulheres na faixa etária dos 20 aos 28 anos que continuam a nutrir um entusiasmo profundo por seus ídolos e hobbies, oferecendo um espaço de identificação e celebração de suas paixões, valorizando suas histórias e criando uma plataforma de comunicação e identificação.

A criação da revista "Entusiasta" surge da necessidade em atender o grupo de mulheres adultas que mantêm um vínculo afetivo com a cultura pop e com os *fandoms*. Tradicionalmente, a sociedade e os meios de comunicação tendem a menosprezar ou ridicularizar mulheres que expressam seu entusiasmo por ídolos de forma desinibida e apaixonada.

A justificativa para este trabalho se dá ao fato de que os meios de comunicação carecem de produtos que celebrem e respeitem esse público, oferecendo conteúdo relevante para o grupo. Como fã e entusiasta, vivencio diretamente o efeito de ter meus interesses desacreditados, o que fortalece minha motivação para estabelecer um produto de comunicação no qual mulheres possam sentir conforto e orgulho em suas paixões, desafiando estereótipos e promovendo um ambiente de apoio mútuo.

O trabalho tem como objetivo geral produzir uma revista de cunho jornalístico voltado para mulheres que são fãs de cultura pop. Os objetivos específicos são: explorar o universo dos *fandoms* e encontrar histórias que merecem ser contadas sobre os fãs e para os fãs, através de entrevistas, perfis, reportagens e depoimentos; identificar dados e gostos do público-alvo;

explorar conteúdos diversos de interesses de fãs de cultura pop em relação à música e ao cinema; produzir os conteúdos; e publicar a revista em plataforma on-line. Trazemos histórias significativas sobre fãs e para fãs, através de entrevistas, perfis, reportagens e depoimentos. Pretendemos fazer parte do princípio de construção de uma comunidade, sem se vincular a barreiras de localidade, mas de interesses em comum que sejam retratados no produto jornalístico. A *Entusiasta* também não se restringe a matérias e produções curtas e de rápida leitura, afinal histórias estão sendo contadas para entreter e conectar.

A revista é estruturada em duas seções distintas: inicialmente apresentando histórias de fãs e posteriormente explorando o panorama do entretenimento como um todo. Na primeira seção, esta autora assumiu a responsabilidade por todas as produções. No entanto, alinhada à proposta da *Entusiasta* de promover conexões, convidei jornalistas para colaborarem com artigos supervisionados por mim, incluindo a definição de pautas para a seção de entretenimento, definidos na etapa de pré-produção. A execução do projeto avança com a realização de ensaio fotográfico, elaboração de produções jornalísticas, designados na etapa de produção, além da definição do design gráfico e a diagramação, ambos desenvolvidos também de autoria própria, com escolhas embasadas em um significado específico. Por fim, na etapa de pós-produção, o relatório apresenta itens interativos na revista para o leitor.

2. JUSTIFICATIVA

A ideia de explorar o amplo universo do mundo do entusiasta surge a partir de trabalhar com aquilo que você gosta e que tem uma importância pessoal. Desde cedo, esta autora identificou o entusiasmo pela cultura pop como um dos traços mais marcantes da própria personalidade, influenciando de maneira significativa muitas ações e decisões ao longo da vida.

Assim como meu próprio entusiasmo, muitas mulheres se destacam na sociedade como fãs dedicadas. Todavia, o público feminino frequentemente é estereotipado como sendo composto por adolescentes, e seus interesses são subestimados, como se fosse necessário abandonar tais paixões para alcançar a maturidade. Às vezes amigos, família e conhecidos colocam uma culpa em mulheres por participarem de *fandoms* que as força a ocultar ou justificar suas escolhas musicais, cinematográficas e literárias quando o assunto surge na conversa. Nesse fator, a mídia tem um grande papel em relação ao que é escrito sobre essas mulheres, como explica Cline (1992):

Muito lixo foi escrito sobre a paixão adolescente, e quase a mesma quantidade sobre a paixão de meia-idade, mas entre esses dois períodos de loucura hormonal (adolescência e menopausa), as mulheres devem desistir de suas paixões por famosos— especialmente estrelas do rock. É um sinal de maturidade empacotar os posters, fotos, revistas, álbuns de recortes e biografias não autorizadas que você colecionou com tanto carinho e enfiá-los no fundo do armário... até chegar à idade em que todo mundo pensa que você é louca de qualquer maneira. (Cline, 1992, p. 70-71)¹

Portanto, é necessário apontar como mulheres são tratadas, especialmente pela mídia e pela sociedade por serem fãs, mas também mostrar a esse grupo, que existem conteúdos para elas. A intenção da Revista Entusiasta é criar um produto que esta autora, como fã, aprecie e que mulheres no início da fase adulta também possam apreciar, encontrando conforto em meio às responsabilidades nessa fase da vida. Através deste produto, buscamos reforçar ainda mais a ideia de que não precisamos nos envergonhar por sermos fãs, mas sentir orgulho e prazer por nossas paixões.

¹A lot of junk has been written about the teenage crush, and almost as much junk on the middle-aged matron-crush, but between these two periods of hormonal lunacy (adolescence and menopause), women are supposed to give up their crushes on famous people – especially rock stars. It's a sign of maturity to pack up the posters, photos, magazines, scrapbooks, and unauthorized biographies you so lovingly collected and shove them in the back of the closet... until you reach the age when everybody thinks you're crazy anyway. (Cline, 1992, p. 70-71)

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Enquanto a palavra fã, vem do latim de *fanaticus*, a palavra *fandom*, é o diminutivo de uma expressão em inglês, *fan kingdom*, em português, reino dos fãs, um termo que se popularizou através dos anos. Porém, esse termo ainda não traz sentido ao que é participar de um *fandom*. Estar nesse grupo de pessoas, significa pertencimento e criação de uma identidade e comunidade. Jenkins (1992, p. 213), aponta que o *fandom* oferece uma comunidade que não é definida por raça, religião, gênero, política ou profissão. Essa comunidade de pertencimento é expandida através da criação de laços entre si, com textos, vídeos, fotos e também artes, mas que carregam uma característica em comum, o afeto.

O afeto está ligado ao interesse em algo, geralmente, no papel de fã, a algum cantor, artista ou produções musicais, cinematográficas, televisivas ou literárias. Soares (2014, p. 2), afirma que “nos interessa, porque de alguma forma, nos habita”.

Em 1992, Joli Jensen afirmou que existem dois tipos de fãs, um sendo o tipo obsessivo, fantasioso que imagina ter uma relação com uma celebridade, ou membro frenético ou histérico da plateia de uma partida de futebol ou de uma celebridade. Se esse fã é do sexo masculino ele é um torcedor “bêbado e destrutivo, com uma onda de paixão masculina incontrolável que é desencadeado em resposta a uma vitória ou derrota esportiva”, mas quando esse fã é uma mulher, Jensen afirma que a imagem passada sobre ela é de uma pessoa “soluçando, gritando e desmaiando e assume uma energia erótica incontrolável desencadeada pela possibilidade de ver ou tocar um ídolo masculino”.

Essa afirmação vai de encontro com o que Ehrenreich et al. (1992) apontam sobre a Beatlemania e as fãs do grupo, defendendo que o comportamento das fãs da banda de rock dos anos 1970 aconteciam pela repressão da sexualidade e porque os jovens artistas representaram um ideal de garotos pelos quais as adolescentes poderiam ter como objeto sexual. Para o jornal O Povo, Victoria Cann afirma que quando os homens gostam dos Beatles “é pela forma com que eles tocam piano e guitarra e porque são bons músicos”².

É questionável o motivo da imagem da fã mulher ser vinculada aos prazeres e desejos carnavais, enquanto o fã do gênero masculino é caracterizado como um apreciador de futebol enquanto tem como ídolos, jogadores do esporte. A imagem da mulher em uma posição de

² Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaearte/2023/06/27/as-semelhancas-entre-tietes-de-k-pop-e-torcedores-de-futebol.html>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

que ser fã é apenas uma visão de um sentimento de desejo ou histeria pelo artista, mas não necessariamente pelo que trabalho ou habilidades, seja teatro, cinema, televisão ou música. O que não acontece quando a perspectiva de fã é adjetivada para homens. Thiago Monteiro afirma sobre a misoginia da caracterização dos fãs:

O fato de a representação da turba histérica e incontrolável ser composta, quase que unicamente, por membros do sexo feminino, denuncia a existência de uma mentalidade dualista que associa o sexo masculino à racionalidade e ao controle, e o sexo feminino ao lado emocional e à exacerbação dos sentimentos. A imagem da massa de garotas histéricas decorre, entre outros fatores, de um posicionamento crítico em relação aos efeitos desagregadores da modernidade ocidental, entendido no contexto da emergência de uma sociedade de massas nas primeiras décadas do século XX (Monteiro, 2005, p. 5).

Nisso, a mídia e os meios de comunicação possuem um grande papel na formação da sociedade, a indústria de comunicação e mídia define estereótipos e modelos de como precisamos nos comportar, do que devemos gostar e até quando. Dessa mesma forma, também é possível compreender e apontar que a indústria também define o que é feito para adolescente e adulto. Ehrenreich et al. (1992, p.97) afirma que “se publicitários e homens de marketing manipulam jovens como consumidores, eles também, inadvertidamente, solidificaram a cultura jovem contra o mundo adulto”.

Jenson (1992, p.9) afirma diversas vezes como essa mulher e fã é caracterizada como uma adolescente e esse pensamento é perpetuado em matérias como na manchete do Extra: “Delírio dos fãs: entenda o que leva jovens e adolescentes ao fanatismo” e traz personagens de 21 e 24 anos em um papel de adolescentes.



Figura 01 - Manchete do Jornal Extra em 12/08/2012 .

Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/delirio-dos-fas-entenda-que-leva-jovens-adolescentes-ao-fanatismo-5761916.html>. Acesso em: 17 abr. 2024



Figura 02 - Manchete do Jornal Extra em 06/10/2011.

Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/justin-bieber-histeria-coletiva-devocao-dos-fas-marcam-estreia-do-idolo-teen-no-brasil-2727517.html>. Acesso em: 17 abr. 2024.

Mulheres adultas que vão a shows e são fãs são constantemente estereotipadas ou motivo de piada, como na manchete da Folha de São Paulo: “Backstreet Boys atiram cuecas para trintonas em show nostálgico em SP” que abre a matéria chamando o público de “trintonas” e “quarentonas”. O autor, Guilherme Luis, ainda escreve que uma das fãs “aparentava estar na casa dos 50 anos, tirava selfies com uma faixinha temática amarrada na cabeça”. O mesmo autor ainda publicou uma nova matéria sobre o show dos Jonas Brothers no Brasil que levou as fãs a se “esgoelarem” e outra matéria sobre como é ver o filme ‘The Eras Tour’ de Taylor Swift com “fãs dançando aos berros”.

The screenshot shows the top of a web browser displaying the Folha de São Paulo website. The header includes the site's name, a menu icon, and a search bar. Below the header is a navigation bar with categories like 'ilustrada', 'guia folha', 'ilustríssima', 'artes plásticas', 'filmes', 'livros', 'música', 'teatro', and 'televisão'. A banner below the navigation bar reads 'COMO DOAR? Instituições, empresas e ONGs recebem doações para RS; veja como ajudar'. The main headline is 'Backstreet Boys atiram cuecas para trintonas em show nostálgico em SP'. Below the headline is a sub-headline: 'Febre dos anos 1990, boyband americana agita plateia com hits antigos, mas não empolga com músicas mais novas'. There are social media sharing icons (Facebook, WhatsApp, Telegram, etc.) and a date/time stamp: '27 jan 2023 às 23h47' and 'Atualizado: 28 jan 2023 às 20h32'. The author's name 'Guilherme Luis' is listed. The beginning of the article text is visible: 'SÃO PAULO Uma multidão de mulheres trintonas e quarentonas abarrotava o Allianz Parque, em São Paulo, na noite desta sexta-feira. Estavam ali para relembrar a adolescência e cantar a plenos pulmões hits dos Backstreet Boys, boyband sensação dos anos 1990, que'. On the right side, there is a section for 'notícias da folha no seu email' with a text input field and a button, and a link for 'relacionadas'.

Figura 03 - Matéria da Folha de São Paulo publicada em 27/01/2023.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/01/backstreet-boys-atiram-cuecas-para-trintonas-em-show-nostalgico-em-sp.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.



Figura 04 - Matéria da Folha de São Paulo publicada em 16/04/2024.
Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/04/jonas-brothers-guiados-pela-nostalgia-fazem-fas-se-esgoelarem-em-sao-paulo.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.



Figura 05 - Matéria publicada na Folha de São Paulo em 03/11/2023.
Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/11/como-e-ver-the-eras-tour-de-taylor-swift-no-cinema-com-fas-dancando-aos-berros.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

Existe uma ridicularização com as mulheres que são fãs de produtos midiáticos na fase adulta, parcialmente causada pela perpetuação dos meios de comunicação de fãs como pessoas históricas, pelo simples fato de cantar em uníssono e expressar seu entusiasmo. Essa

influência causa no leitor, estereótipos de que fãs adultas são “velhas para isso” ou como o comentário da primeira matéria do Jornal Extra, o problema das fãs é a “total alienação e falta de foco”.

Enquanto matérias e publicações tendenciosas retratam essa fã como uma pessoa histérica ou alienada, precisa existir um produto jornalístico que mostre que essas mulheres não são loucas, mas que possuem um afeto que também é sentido por outras mulheres de diferentes faixas etárias e que tenha conteúdo que seja de interesse desse público.

Ali (2009, p.19) afirma que a revista é um meio de comunicação que informa, instrui, diverte, distrai e faz sonhar. Para a história da sociedade, Ali ainda afirma que “historicamente se desenvolveram para informar, divertir e distrair, formaram o jeito de pensar, os costumes, os estilos e a cultura do mundo moderno”

A revista se difere do jornal ou portal de notícias periódico, que buscam informar sobre os eventos mais recentes. Segundo Scalzo (2003), a revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos.

Ainda segundo Scalzo (2003), outro diferencial do jornalismo de revista é a especificidade, periodicidade e o formato. Natansohn et al., (2013) complementam que as revistas para o formato online fidelizam os leitores através “do lazer e do prazer estético, da diversão ou do entretenimento, [...] revistas oferecem análise e opinião e, por cima de tudo, beleza”.

Com o crescimento de aparelhos eletrônicos como celulares, tablets e computadores, as revistas digitais representam uma evolução na forma como as informações são consumidas e precisam se adequar aos meios de comunicação que são os dispositivos móveis. As revistas digitais não se caracterizam com a digitalização de um conteúdo impresso. Além do bom jornalismo, para Freire Et al., (apud Horie e Pluvillage, 2011, p. 12), uma revista digital precisa ter leitura multimídia, interatividade e hipertexto. Ou seja, uma experiência de conexão com o leitor de forma mais completa que gere engajamento e interesse na produção.

Tanto na forma impressa como digital, uma revista deve ser feita para o leitor. Ali, (2009, p.32) afirma que esse é o mandamento número um de qualquer revista, ela deve ser feita para ser lida, não para expressão pessoal. Scalzo (2003, p.86) afirma que a primeira regra da revista é não escrever para si mesmo, mas para alguém com nome e identidade.

A autora complementa dizendo que “a não ser que você esteja fazendo uma revista denominada a um grupo no qual você, coincidentemente, faça parte, nem sempre o que você gostaria de ler é o que de fato, o leitor quer, procura e precisa” (p.86). Então, para a produção

de uma boa revista, se você não faz parte do público alvo, você deve entender o que é interessante de entrar na revista.

Nesse modo, para a produção de uma revista para fãs, é crucial que exista um fã no meio de comunicação. Henry Jenkins afirma que os “fãs são consumidores que produzem, leitores que também escrevem e espectadores que também participam”, então é característico do fã criar ou trabalhar em meios de comunicação além dos que são propostos pela mídia para consumo entre si.

Fãs produzem significados e interpretações; fãs produzem trabalhos artísticos, fãs produzem comunidades; fãs produzem identidades alternativas. Em cada caso, fãs estão desenhando em matérias da mídia dominante e empregando-os em formas que sirvam seus próprios interesses e facilite seus próprios interesses” (Jenkins, 1992, p. 213-214).³

Uma forma de, como fã, distribuir nossos próprios interesses e contribuir para essa sociedade de fãs e mulheres é através da produção de uma revista digital. A revista é uma forma de comunicação e pertencimento para fãs entre fãs pois surge como “um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir uma identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (Scalzo, 2003, p. 12)

Ali (2009, p.32) afirma que esse relacionamento é o que caracteriza uma revista, elas estabelecem para o leitor “um clima de intimidade e amizade, inspira lealdade e afeto”. Porém, até que ponto esse relacionamento é real para uma revista de fãs?

É importante ressaltar que a revista de fãs, não obrigatoriamente é uma revista para fãs, essas vertentes muitas vezes se misturam. Adamatti (2007, p.3), explica que “as revistas de fãs surgiram primeiramente como veículo de divulgação do *star system*”. Segundo Salamon (2024)⁴, o sistema de estrela “consistia em fomentar a curiosidade pela vida dos atores para além das telas do cinema, com reportagens, fotos e entrevistas”. Esse sistema beneficia tanto a indústria cinematográfica como os meios de comunicação.

Se pensarmos que a cultura é, em si, um ambiente de disputas e tensões, precisamos nos lembrar que historicamente, a produção cultural sempre esteve atrelada a interesses, a formas de viabilização que pressupunham

³ Fans produce meanings and interpretations; fans produce art-works; fans produce communities; fans produce alternative identities. In each case, fans are drawing on materials from the dominant media and employing them in ways that serve their own interests and facilitate their own pleasures.

⁴ Disponível em: <https://mis-sp.org.br/vitrines/cinearte-o-star-system-e-os-processos-de-impressao-fotograficos/>. Acesso em: 17 abr. 2024.

práticas que visam retornos econômicos e, também, a normatizações distintas nestes contextos (Soares, 2014, p.5).

A indústria ganhava mais público em seus filmes, ou seja, mais dinheiro e fornecia aos meios de comunicação informações que geravam mais vendas. Scalzo afirma que as revistas de fãs nasceram em Hollywood nos anos 1930, e no Brasil, o sucesso de revistas baseadas no *star system* não demorou a chegar. Lançada em 1952, a revista Cinelândia era repleta de especulação sobre a vida pessoal dos artistas de Hollywood.

O sucesso das revistas de fãs é óbvio quando são voltadas ao universo feminino. Scalzo (2003) afirma que as “revistas femininas sempre fizeram muito mais sucesso do que revistas masculinas - no mundo todo há mais mulheres lendo revistas do que homens” (p. 25). Porém, apesar de revistas femininas venderem mais, elas não eram majoritariamente feitas por pessoas do mesmo gênero. Scalzo, ainda afirma que no início, as revistas femininas eram escritas e produzidas por homens. A primeira revista feminina a ser publicada, em 1693, “*The Ladies Mercury*” trazia conselhos sentimentais de desilusões amorosas escritas e editadas por homens.

Seguindo a lógica de que as revistas de *star system* estarem atreladas a produção de revista para fãs, algumas revistas foram essenciais na promoção e construção da imagem das celebridades e no engajamento de fãs desde os anos 2000 até a atualidade. Publicações como a “*Capricho*” e “*Todateen*” no Brasil, mantiveram-se relevantes nos anos 2000 e 2010, fornecendo conteúdo direcionado ao público jovem, com destaque para celebridades da música e cinema, entrevistas exclusivas, e reportagens sobre comportamento e moda.

Internacionalmente, a revista “*People*” tem sido uma referência constante no *star system*, cobrindo a vida de celebridades com uma abordagem que mistura notícias, entrevistas e fofocas. Outra revista crucial é a “*Empire*”, especializada em cinema, que oferece análises aprofundadas e entrevistas com grandes nomes de Hollywood, refletindo o contínuo interesse do público pelas estrelas e suas produções.

Em síntese, observamos como as revistas de fãs e revistas de mulheres por muito tempo não foram criadas por pessoas especializadas em saber o que aquele público quer consumir, ou criadas para entreter aquele público, mas reverter em interesses próprios. Homens e publicitários não possuem especialização para falar de conteúdos do universo feminino ou de fãs. Com o passar dos anos, mulheres passaram a escrever para mulheres e fãs escrevem para fãs, as revistas deixaram de ser “de”, e se tornaram “para”, de fato destinadas para o público alvo, na qual a produção conhece o grupo. E nesse cenário, entra a construção de uma revista para esse público, a *Entusiasta*.

4. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DA REVISTA

Entusiasta não se restringe apenas ao seu local de criação, mas a conexão de fãs que são feitas independentes de localidade, mas através de identificação. Portanto, é preciso traduzir essa identificação de pessoas para a página das revistas. Cohen (2001, p.16), afirma que a identificação com algum personagem por meio da mídia é um processo psicológico:

A identificação é definida não como uma atitude, uma emoção ou percepção, mas sim como um processo que consiste na perda crescente de autoconsciência e na sua substituição temporária por conexões emocionais e cognitivas intensificadas com um personagem. [...] a identificação é aqui definida como uma resposta a traços textuais que pretendem provocar a identificação. [...] Por fim, é importante notar que a identificação é uma resposta à comunicação de outros que é marcada pela internalização de um ponto de vista e não por um processo de projeção da própria identidade em alguém ou em outra coisa. (Cohen, 2001, p.16)⁵

Então, para criar essa identificação com o leitor, a revista não precisa necessariamente ter uma estrutura de notícia jornalística formal, com lide, sublide e detalhes secundários. Os textos além de se permitirem aprofundar-se no tema acabam contendo em si um pouco de características expositivas, informativas, descritivas, narrativas e até opinativas.

Marques de Melo (2003), diz que as revistas têm a liberdade de explorar uma linguagem mais variada e menos formal devido à sua natureza menos urgente e mais detalhista. Esse gênero jornalístico tem espaço para exploração em profundidade que raramente é encontrado em jornais e a linguagem pode ser adaptada para envolver emocionalmente o leitor, algo que é menos comum no jornalismo diário de notícias, onde a objetividade e a brevidade são prioritárias.

Este potencial da revista em combinar estilos expositivos, informativos, descritivos, narrativos e opinativos permite que as publicações se conectem com os interesses e emoções do público, criando uma experiência de leitura engajante e significativa. Compreender essa dinâmica é essencial para a produção de uma revista que ressoe com seu público-alvo. Então, para transformar o teórico na prática, foi preciso planejar e verificar meios para a produção da *Entusiasta*.

⁵ identification is defined not as an attitude, an emotion, or perception but, rather, as a process that consists of increasing loss of self-awareness and its temporary replacement with heightened emotional and cognitive connections with a character. [...] identification is defined here as a response to textual features that are intended to provoke identification. [...] Finally, it is important to note that identification is a response to communication by others that is marked by internalizing a point of view rather than a process of projecting one's own identity onto someone or something else (Cohen, 2001, pg.16)

Edição de relatório final											X
Impressão de relatório											X
Defesa de TCC											X

Fonte: Elaboração pela autora

Tabela 02 - Orçamento

Criação de logo	R\$ 60,00
Câmera Cânon T6 + Lente 18 - 55 mm	R\$ 1.500,00
Notebook Asus X515JF	R\$ 3.999,00
Iluminação portátil 2700-7500k	R\$ 85,00
Assinatura Folha de SP	R\$ 1,90/mês
Transportes	R\$ 204,62
Alimentação	R\$ 81,00
Impressões	R\$ 10,00
Indesign - Pacote estudantil	R\$ 95,00/mês

Fonte: Elaboração pela autora

4.2 Pré-Produção

Saber as letras completas das músicas de um álbum sem esforço ou citar diálogos ao mesmo tempo em que são ditas enquanto assiste a um filme ou série, ou passar horas e até dias em uma fila para um show de 2 ou 3 horas são características de fãs, e consequentemente, entusiastas. As definições da palavra entusiasta se referem a alguém que se dedica intensamente a algo, ou alguém que tem admiração exagerada por alguém. Ser um entusiasta é resultado de possuir entusiasmo, que significa ter um grande interesse, admiração, dedicação e afeto em algo ou alguém. O nome da revista é, essencialmente, fã pois é isso que ela é, uma produção de entusiasta para entusiasta. Com a revista, é possível criar uma fonte de informação para interessados na cultura pop que desejam se conectar com histórias de outros fãs.

O público-alvo da revista são mulheres, de 20 a 28 anos, o período em que as mulheres passam, da juventude para a fase adulta e estão fazendo as primeiras escolhas dessa fase de responsabilidades, se descobrindo e se dedicando a novas aspirações, mudando caminhos quando necessário, mas que ainda gostam de algo que as remetem a conforto e estabilidade nessa fase repleta de mudanças: o fato de ser entusiasta.

Desde que a ideia da revista é trazer um público com interesse no entretenimento e em vivências similares com uma forma de identificação entre fãs, ela traz se dividindo em duas seções, similar a um vinil com lado A e lado B. Na revista, o lado A é a seção ‘Entusiasta’, com editorias de artigo, entrevista, reportagem, perfil e editorial. O lado B é a seção de ‘Entretenimento’ com editorias de inforreportagem, reportagem, perfil, indicações entusiastas, *flashforward* e *flashback*.

Apesar de utilizar editorias já conhecidas, algumas surgiram para tornar a revista mais dinâmica. A editoria de *flashback*, traz uma ou mais carreiras musicais que tiveram algum destaque e relembra motivo de sucesso e um pouco da carreira. Em *flashforward*, a editoria faz uma seleção de algum artista atual para ficar de olho e conhecer. Enquanto isso, a editoria *indicações entusiastas*, faz uma indicação de alguns produtos musicais e audiovisuais para o público conhecer. A seleção de indicação é relacionada a obras que merecem visibilidade ou produções que estão no topo das paradas.

Portanto, a revista foi segmentada nas seguintes seções e pautas:

- Apresentação

Carta ao leitor	A você que é entusiasta
-----------------	-------------------------

- **Entusiasta**

Artigo	Relação entre fã e ídolo
Entrevista	Bárbara Bandeira; Açúcar de Melancia;
Reportagem	Moda influenciada pelo entretenimento e lojas de fã
Perfil	Camila Caggiano, Nova York e Niall Horan
Editorial	Ser fã

Tabela 03 - editorias e pautas seção entusiasta

- **Entretenimento**

Inforreportagem	Mulher na indústria musical e cinematográfica
Reportagem	Direitos autorais de músicas; Taylor Swift
Reportagem	Rock in Rio, notoriedade para o Brasil
Flashback	One Direction
Flashforward	Agnes Nunes
Entrevista	Carol Moreira
Reportagem	Adaptações literárias para streaming e cinema
Reportagem	Produção true crime, até onde é aceitável
Indicações Entusiastas	Indicações de produtos de entretenimento

Tabela 04 - editoriais e pautas da seção entretenimento

4.3 Produção:

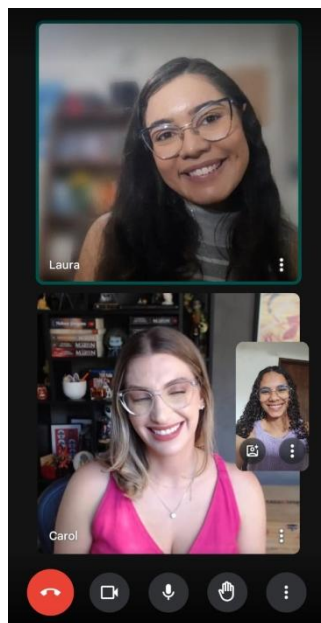
Antes da definição das editoriais, tinha em mente algumas pautas das quais poderia abordar, então a construção de algumas, em especial a seção entusiasta, surgiu em segundo momento. A partir dessa informação, durante a produção da revista, entre entrevistas e transcrições, precisei alterar algumas editoriais e a forma que os conteúdos seriam colocados ao público. Então é possível considerar que a escolha de editoriais foi algo que seguiu sendo um processo de pré-produção e produção, processos que aconteceram paralelamente.

Para as pautas de entretenimento, trabalhei de forma diferente em relação à primeira seção. A priori, formei editoriais e em seguida busquei pautas para preencher essas lacunas. Apesar da Revista Entusiasta ter como inspiração edições especiais temáticas para um *fandom* específico, entendo que a edição única da publicação não poderia fechar tanto seu público dessa forma. Por isso, busquei abordar diversos temas na seção de entretenimento, com o intuito de trazer mais fãs a ter uma conexão com a revista.

Após a definição de pautas, fomos em busca de fontes para realizar entrevistas, não me prendi a entrevistas presenciais, me limitando apenas a uma, até porque como busco atingir fãs em diversas localidades do país, também queria que minhas fontes não se fechassem apenas em Campina Grande ou Paraíba. Por isso, buscamos através de redes sociais como *X (Twitter)*, *Instagram*, *Tiktok* e grupos e comunidades de fãs no *Whatsapp* pessoas que pudessem contribuir para o material. Com as fontes selecionadas, realizamos as

entrevistas de forma online através da plataforma do *Google Meet* e depoimentos foram colhidos através do *Whatsapp*.

Figura 06 - entrevista via *Google Meet* com Carol Moreira



Fonte: Reprodução de tela

Os textos presentes na revista possuem abordagens de reportagens textuais diferentes, tanto expositivo e informativo, como também descritivo e narrativo. Algumas reportagens, foram adaptadas no processo para possuir atração visual. Além disso, uma forma de tornar a revista ainda mais pessoal para quem lê, a maioria dos títulos são trechos de músicas ou filmes que de alguma forma tem relação com o tema. Os títulos das maiorias das produções, possuem referências a músicas ou cultura pop.

Alguns dos materiais presentes são mais longos, e apesar da revista possuir uma característica de uma produção em duas, ou três falas, escolhi diferenciar e valorizar mais o conteúdo no texto, apesar da sua extensão. Em outra decisão de valorização do texto, trouxe colaboradores para a revista. Enquanto o lado A da revista traz produções jornalísticas de autoria própria, o lado B, possui a colaboração dos jornalistas Alberta Figueiredo, Louyz Souza e Alisson Brando.

Muitas das fotos utilizadas para a criação das matérias, principalmente as relacionadas a experiências ou relatos, foram adquiridas através do próprio entrevistado como arquivo pessoal. Nesses casos, reforcei aos entrevistados, que precisava de imagens que fossem significativas, mas principalmente de boa qualidade. Esse uso de fotos de arquivo pessoal se

reflete no expediente da revista, com arquivos pessoais enviados e autorizados para uso por fãs, como também na entrevista com Carol Moreira.

Figura 07 - Expediente da revista Entusiasta



Fonte: Revista Entusiasta

Figura 08 - Entrevista com Carol Moreira



Fonte: Revista Entusiasta

Durante o processo, também decidi realizar um editorial e fotos voltadas ao fã. Para o editorial, escolhi como cenário a loja Música Urbana, um estabelecimento de discos e cds que abrange o universo da música, na cidade de João Pessoa, na Paraíba. A escolha de um local na capital da Paraíba, foi pela estética do ambiente e pela falta de um espaço tão rico de cultura em Campina Grande como esse. Tudo foi feito em apenas um dia, saímos de Campina Grande para João Pessoa de ônibus. Ambas modelos possuíam a ID Jovem, que garante meia passagem intermunicipal e interestadual e eu possuo a carteira de estudante que também garante o mesmo direito, por isso, as passagens a João Pessoa custando R\$ 44,24 saíram a R\$ 24,82 já incluindo a taxa de embarque. Arquei com todas as passagens de ida e volta para mim e as duas modelos que totalizaram R\$ 148,92.

Para o ensaio, entrei em contato com uma loja de produtos personalizados de João Pessoa, a Immaginare Personalizados, que aceitou produzir duas blusas para o ensaio de fotos e enviar uma caneca personalizada. Para esse empréstimo, foi feito um termo de responsabilidade das peças e arquei também com o transporte para pegar e devolver os itens. Para deslocamento na cidade e entrega e devolução de itens, foi gasto um total de R\$ 55,70.

Para ilustrar, também contactei uma gráfica para imprimir em tamanho 31,5 cm x 31,5 cm duas imagens fazendo referência a uma capa de vinil. Enquanto as demais peças de roupas utilizadas no ensaio, foram obtidas através de empréstimo com amigas que possuíam itens que poderiam compor os looks finais.

Figura 09 - Ensaio fotográfico da revista Entusiasta



Fonte: Revista Entusiasta

Após o ensaio, iniciei a diagramação da revista. Ainda no primeiro momento, enquanto elaborava as pautas e entrevistas, pensei estruturalmente em como distribuir esse conteúdo na revista, por isso, criei um espelho de inspiração para mapear cada produção e seguir com essa base no processo de diagramação. Com isso, criei a primeira versão do espelho editorial⁶, que precisou sofrer alterações ao longo do projeto.

Figura 10 - espelho inicial da revista



Fonte: Elaboração da autora

⁶ espelho editorial: é um gráfico que simula a distribuição do conteúdo de um projeto editorial em revistas

Figura 11 - espelho final da revista



Fonte: Elaboração da autora

Apesar de muito se utilizar o celular na vertical para leituras, uma opção seria distribuir a criação da revista em páginas únicas ao invés de páginas duplas. No entanto, a página dupla possui uma finalidade estética e visual. Por isso, para ler, é recomendado o uso de tablets, computadores ou o celular na horizontal para a aproximação da tela. O tamanho de tela escolhido foi a proporção de 1536 px x 1024 px, pensando na leitura em formato online.

Então, seguimos com o projeto gráfico da revista. Sobre as cores, decidi usar uma paleta de cores análogas de vermelho e fúcsia com a ideia de harmonia, crescimento, magia e amor, o que singularmente representam sentidos que descrevem o que é ser entusiasta. Com o vermelho, busco atingir a paixão, o poder e o dinamismo de um fã. Através da cor fúcsia, derivada do roxo com o vermelho, busco trazer a magia que é ser uma entusiasta, toda essa área de imaginação, jovialidade e transformação associadas à cor. Durante a revista, utilizo também tons mais claros dessa cores, de acordo com a necessidade de transparência. Para complementar as escolhas de cores, uso preto e branco.

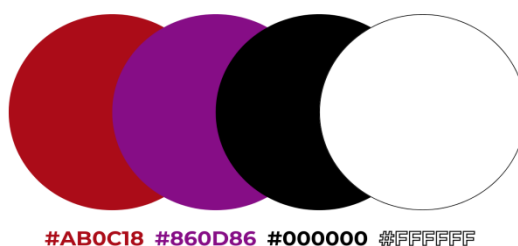


Figura 12 - Cores utilizadas para o projeto

Em relação a identidade visual da logo, foi contratado a designer Hiorrana Lamônica para criar a logo utilizada na revista através de ideias da concepção do produto. Foi escolhida a utilização da mistura de letras maiúsculas e minúsculas como uma forma de simbolizar as variações da mulher em relação à mudança entre jovem-adolescente e jovem-adulto. A tipografia utilizada para a fonte é a *Against*, licenciada apenas para uso pessoal.



Figura 13- logomarca vermelha da revista



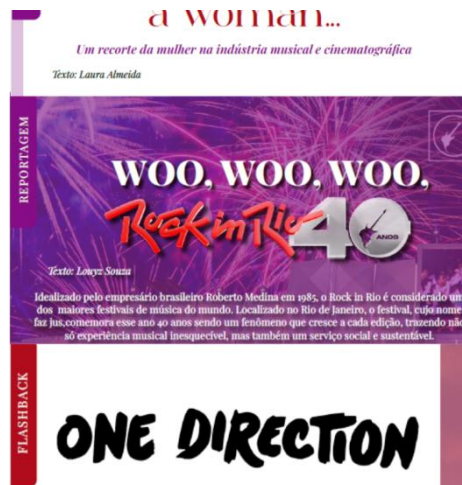
Figura 14 - logomarca roxa da revista

A escolha das letras sem espaçamento entre si reforça essa ideia de que a trajetória de crescimento é contínua e sem paradas, o mesmo significado é atribuído às linhas que integram o layout, sempre um caminho levará a outro; O uso da estrela de quatro pontas traz como significado às ideias da Revista Entusiasta e do que é ser fã: amor, carinho, dedicação e afeto. Juntas se traduzem como um ponto similar a um ponto de luz.

Para as escolhas da tipografia da revista, tinha como intenção fazer um contraste entre tipografias com serifa, sem serifa e artística. Por isso, decidi manter a tipografia utilizada para a logomarca (*Against*) como a escolha artística, minha segunda escolha foi a família tipográfica *Playfair Display*, escolhida por suas possibilidades de variações com serifa, por fim, a terceira família tipográfica escolhida é a *Montserrat* que não possui serifa.

Para os títulos, decidi manter a junção entre a tipografia *Against* e a família tipográfica *Playfair Display*, utilizando as variações da família tipográfica, ou mantendo apenas a *Against* ou apenas a *Playfair Display* de acordo com o tamanho da manchete. Porém, em alguns títulos, escolhi mudar essa combinação, utilizando de logomarcas já existentes como também uma tipografia que simula o escrito a mão, a *The Queen One*.

Figura 15 - Títulos com tipografias diferentes



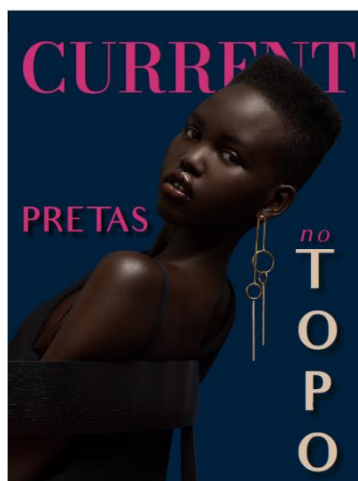
Fonte: Revista Entusiasta

Para subtítulos, adiciono a tipografia Playfair Display regular em tamanho 18, enquanto os créditos da produção do texto utilizo a mesma família tipográfica mas com variação em itálico em tamanho 14. Para o corpo de texto, apliquei a tipografia Montserrat regular em tamanho 16, para a legibilidade do leitor, com a primeira letra de cada matéria em capitular de três linhas com a fonte Against.

Além disso, para as legendas de fotos faço o uso da tipografia com serifa na variação itálica em tamanho 14, enquanto para os créditos das fotos, escolho a tipografia sem serifa na variação itálica em tamanho 12. Para o olho das matérias, trago a tipografia Against em tamanho 16.

Como explicado no tópico de Pré-Produção (4.2), decidi dividir a revista em duas seções, então, visualmente, decidi homenagear uma diagramação experimental da Revista Current feita por mim em conjunto com Louise Viana, na disciplina de Laboratório de Projeto Gráfico. Além disso, cada secção tem sua cor predominante nos produtos, na secção entusiasta, o vermelho predomina, na secção de entretenimento, o fúcsia predomina.

Figura 16 - Capa da Revista Current



Fonte: Revista Current

Figura 17 - Divisão de editoria Revista Current



Fonte: Revista Current

Imagem 18 - Divisão de editoria Revista Entusiasta



Fonte: Revista Entusiasta

Para tornar a revista ainda mais completa, selecionei quatro formas de interação para o leitor, a primeira sendo um sumário interativo, que ao clicar no título da produção ou no número da página o leitor é encaminhado para a página em questão, com a opção de retornar ao menu com o monograma da revista. Além deste, adicionei botões interativos nas imagens,

criando duas galerias de fotos, a primeira utilizada para fazer parte do editorial e a segunda para a editoria de *flashback*.

Figura 19 - Galeria de fotos interativa



53

Fonte: Revista Entusiasta

A terceira forma de interatividade foi a utilização de hiperlinks para endereços de links externos para complementar as produções, vinculados a vídeos, perfis de redes sociais, filmes, plataformas de *streaming* e afins.

Além disso, também adicionei o uso de códigos do Spotify⁷ para produtos de músicas e podcasts que são direcionados a plataforma. O aplicativo de músicas possui um leitor de códigos, então ao abrir a câmera no Spotify e apontar para o código na revista, o leitor será direcionado para a música, álbum ou podcast. Um extra é a adição de hiperlinks também nesses códigos, caso o leitor não deseje abrir a câmera do aplicativo, pode clicar e ser direcionado ao produto da mesma forma.

⁷ Spotify: Serviço de streaming de música, podcast e vídeo (<https://open.spotify.com>)

4.4. Pós-produção:

Se tratando de uma revista interativa, a Entusiasta possui botões de interatividade, sumário interativo, vídeos e hiperlinks. Por isso, após a finalização das produções jornalísticas com tais interatividades, iniciei o processo de teste de funcionalidade em aplicativos e aparelhos diferentes. No aplicativo do leitor de PDF do Google Drive no computador, no celular e no tablet, apenas os hiperlinks funcionam como itens interativos. Baixando o documento e lendo pelo Microsoft Edge através do computador, acontece a mesma coisa: apenas os hiperlinks funcionam.

Em seguida, parti para a tentativa de utilizar o leitor de arquivos Adobe Acrobat Reader⁸. Pelo fato da diagramação da revista ter sido feita pelo Adobe InDesign⁹, o aplicativo do Acrobat possuiu maior desempenho de realização das funções no computador, com a exibição de vídeos e funcionalidade dos botões. Porém, na versão de celular, o resultado é o mesmo dos aplicativos anteriores.

Para a publicação, experimentei a plataforma Issuu¹⁰ para anexar o trabalho, porém, após testar, o site não permite a interatividade proposta na revista, faltando de uma plataforma própria para publicar a revista. Por isso, a primeiro momento, decidi deixar a Entusiasta apenas vinculada ao trabalho em questão.

⁸ Adobe Acrobat Reader: software criado pelo Adobe para a visualização, criação, edição e gerenciamento de PDF's.

⁹ Adobe InDesign: software criado pelo Adobe para editoração e diagramação.

¹⁰ Issuu: Plataforma de conversão de PDF's em arquivos de páginas folheadas com distribuição online das mesmas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação da revista *Entusiasta* representa um esforço deliberado para reverter narrativas prejudiciais e criar um espaço de validação e celebração para fãs da cultura pop. A revista é um meio de comunicação que respeita e valoriza as paixões de suas leitoras, promovendo uma imagem positiva e empoderada das fãs. Mas, ao longo da construção da revista, percebi que essa voz não necessariamente deve ser dada apenas as fãs, mas às mulheres que estão na cultura e na indústria pop.

Sinto que consegui expressar através da *Entusiasta* o que significa ser uma fã mulher na sociedade contemporânea, além de também expor esses preconceitos mal colocados por meios de comunicação e reverter isso, oferecendo um produto jornalístico que é verdadeiramente "para" as fãs e que reconhece a importância de sua voz e de sua paixão. Ao concluir o projeto, consigo visualizar como essa comunidade de entusiastas é rica e diversificada no sentido de que cada mulher que me concedeu uma entrevista possui uma história própria com seus interesses, então explorar esse universo não é estar na mesmice, muito menos algo frívolo.

Por esse motivo, todo o conteúdo abordado e conversado, principalmente com fãs, traz para a prática, o que os autores como Jenkins, Cline, Ehrenreich e Jenson citaram, após mais de 32 anos. Ou seja, essa pauta, não se resume a uma época, afinal, constantemente surgem novos artistas que irão possuir fãs das mais diversas idades.

Ao longo deste trabalho, explorei e aprimorei meu trabalho como jornalista em diversos âmbitos e funções. Como produtora, repórter, fotógrafa, editora de texto, designer gráfica, consegui criar uma revista digital que não apenas solidificou meu aprendizado no que se diz respeito à produção gráfica e jornalística, mas também me permitiu entender profundamente o papel crucial que nós, jornalistas, desempenhamos como elo de conexão entre histórias e audiências diversas.

Por isso, vejo que apesar de ser uma edição única e possuir um custo de produção consideravelmente alto, existe sempre a possibilidade de dar continuidade ao projeto tanto como revista, como em outro formato jornalístico, visto que existem pautas e produções guardadas que não entraram na versão final da revista.

REFERÊNCIAS

- ADAMATTI, Margarida Maria. **Revistas de fãs e a representação do cinema brasileiro através do star system**. XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, [s. l.], 2007. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548210411_694123bee8cd9f4c9a254e8f143bcb.pdf. Acesso em: 4 maio 2024.
- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia editora nacional, 2009.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.
- ANDERSON, Tonya. **Still Kissing Their Posters Goodnight: Lifelong Pop Music Fandom**. 2012. 265 f. Tese (Doutorado em Filosofia) - The University of Sunderland, Inglaterra, 2012. Disponível em: https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/3325/1/STILL_KISSING_THEIR_POSTERS_GOODNIGHT.pdf. Acesso em: 8 maio 2024.
- COHEN, J. (2001). **Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters**. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- Marques de Melo, J. (2003). **Mídia e gêneros jornalísticos**. Editora Paulus.
- CLINE, Cheryl. (1992). Essays from Bitch: The Women's Rock Newsletter With Bite. In: Lewis, L. (ed.) **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. London, Routledge, 1992. p. 69-83. ISBN 0-415-07820-2.
- DIAS, Thamyres. **Delírio dos fãs: entenda o que leva jovens e adolescentes ao fanatismo**. EXTRA, [S. l.], p. -, 12 ago. 2012. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/delirio-dos-fas-entenda-que-leva-jovens-adolescentes-ao-fanatismo-5761916.html>. Acesso em: 17 abr. 2024.
- EHRENREICH, Barbara; HESS, Elizabeth; JACOBS, Gloria. Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun. In: LEWIS, Lisa A. (ed.). **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. Londres: Routledge, 1992. p. 84-106. ISBN 0-415-07820-2.
- FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, Lisa A. (ed.). **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. Londres: Routledge, 1992. p. 30-49. ISBN 0-415-07820-2.
- FREIRE, Marcelo; ROCHA, Julia; BRITO, Mariana; VIANA, Mariana; GRAMIGNA, Matheus. **A Convergência de conteúdo em revistas especializadas: uma análise das edições da Superinteressante e Galileu**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Uberlândia - MG, 2015.
- JENKINS, Henry. 'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. In: LEWIS, Lisa A. (ed.). **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. Londres: Routledge, 1992. p. 208-236. ISBN 0-415-07820-2.

JENSON, Joli. Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In: LEWIS, Lisa A. (ed.). **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. London: Routledge, 1992. p. 9-29. ISBN 0-415-07820-2.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia. São Paulo: EDUSC, 2001.

LISBOA, Vinicius. **Justin Bieber: histeria coletiva e devoção dos fãs marcam estreia do ídolo teen no Brasil**. EXTRA, [S. l.], p. -, 6 out. 2011. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/justin-bieber-histeria-coletiva-devocao-dos-fas-marcam-estrea-do-idolo-teen-no-brasil-2727517.html>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LUIS, Guilherme. **Backstreet boys atiram cuecas para trintonas em show nostálgico**. Folha de São Paulo, [S. l.], p. -, 27 jan. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/01/backstreet-boys-atiram-cuecas-para-trintonas-em-show-nostalgico-em-sp.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LUIS, Guilherme. **Como é ver 'The Eras Tour', de Taylor Swift, no cinema com fãs dançando aos berros**. Folha de São Paulo, [S. l.], p. -, 3 out. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/11/como-e-ver-the-eras-tour-de-taylor-swift-no-cinema-com-fas-dancando-aos-berros.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

LUIS, Guilherme. **Jonas Brothers, guiados pela nostalgia, fazem fãs se esgoelarem em São Paulo**. Folha de São Paulo, [S. l.], p. -, 16 abr. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/04/jonas-brothers-guiados-pela-nostalgia-fazem-fas-se-esgoelarem-em-sao-paulo.shtml>. Acesso em: 17 abr. 2024.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. Entre a Patologia e a Celebração: a Questão do Fã em uma Perspectiva Histórica. XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **Gêneros Jornalísticos do Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2013

MAGNO, Alan. **Tietes de k-pop e torcedores de futebol se parecem, diz pesquisadora**. O Povo, [S. l.], p. -, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/vidaearte/2023/06/27/as-semelhancas-entre-tietes-de-k-pop-e-torcedores-de-futebol.html>. Acesso em: 17 abr. 2024.

NATANSOHN, Graciela; CUNHA, Rodrigo; BARROS, Samuel Rocha; SILVA, Tarcízio. REVISTAS ON-LINE:: DO PAPEL ÀS TELINHAS. In: NATANSOHN, Graciela (org.). **Jornalismo de Revista em Redes Sociais**. Salvador: Edufba, 2013. p. 11-28. ISBN 978-85-232-1029-8.

SALAMON, Cecília. Cinearte, o star system e os processos de impressão fotográficos. Governo do Estado de São Paulo, São Paulo, p. 1-1, 8 jan. 2024. Disponível em: <https://mis-sp.org.br/vitrines/cinearte-o-star-system-e-os-processos-de-impressao-fotograficos/>. Acesso em: 17 abr. 2024.

SOARES, T. (2014). **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. Logos, 2(24).

APÊNDICE - AUTORIZAÇÕES

Todos os entrevistados **AUTORIZARAM** o uso minha imagem, por tempo indeterminado, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos, áudios e documentos, para ser utilizada na **REVISTA ENTUSIASTA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pela aluna **Maria Laura Alves Ferreira de Almeida** do curso de Jornalismo da **Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)**.

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E SOM

Eu, _____, nacionalidade _____, estado civil _____, portador da Cédula de Identidade de nº _____, inscrito no CPF/MF sob nº _____, residente na _____, nº _____, município de _____ - _____, **AUTORIZO** o uso da minha imagem, por tempo indeterminado, em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos, áudios e documentos, para ser utilizada na **REVISTA ENTUSIASTA**, produto de Trabalho de Conclusão de Curso, produzida pela aluna **Maria Laura Alves Ferreira de Almeida** do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), podendo assim ser usada também para a divulgação do material. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior.

Fica ainda **autorizada**, de livre e espontânea vontade, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das imagens não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que autorizo o uso acima descrito, sem que nada haja a ser reclamado, a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro; e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

_____, ____ de _____ de _____.

Assinatura

Telefone para Contato: (____) _____