



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

EMANUELLE PEREIRA DAS CHAGAS

**RELATÓRIO TÉCNICO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

REVISTA SOM DO CÉU

**CAMPINA GRANDE, PB.
2015**

EMANUELLE PEREIRA DAS CHAGAS

REVISTA SOM DO CÉU

Relatório técnico apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para a obtenção do grau de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Ma. Verônica Almeida de Oliveira Lima

CAMPINA GRANDE, PB
2015

FICHA CATALOGRÁFICA

É expressamente proibida 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 da dissertação.

C426r Chagas, Emanuelle Pereira das
Revista Som do Céu [manuscrito] / Emanuelle Pereira das
Chagas. - 2015.
27 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2015.

"Orientação: Profa. Ma. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Comunicação Social".

1. Revista Som do Céu. 2. Entretenimento. 3. Música gospel. 4. Moda I. Título.

21. ed. CDD 050

FOLHA DE APROVAÇÃO

EMANUELLE PEREIRA DAS CHAGAS

REVISTA SOM DO CÉU

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Aprovada em 04/12/2015

10,0 *JL*

Verônica Almeida de Oliveira Lima

Profa. Ms. Verônica Almeida de Oliveira Lima / UEPB
Orientadora

Ada Kesea Guedes Bezerra

Profa. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra / UEPB
Examinadora

Ligia Coeli Silva Rodrigues

Profa. Ms. Ligia Coeli Silva Rodrigues / CESREI
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, ao meu senhor e salvador Jesus Cristo, minha rocha, minha salvação e meu alto refúgio. Em tudo presente em minha vida.

Em especial ao meu esposo Cristiano Felix, que me ajudou e me encorajou nos momentos mais difíceis desse processo criativo. Foi meu maior parceiro, com quem contei sempre que precisei.

Aos meus pais Mariclécia Chagas e Jessé Monteiro, de quem sou fruto. Literalmente, devo a eles minha existência.

À minha querida orientadora, professora, mestre, amiga, Verônica Oliveira. Não tenho palavras para agradecer o seu investimento, paciência e ajuda nesses meses de produção. Dela recebi ensinamentos preciosos.

Aos amigos e colaboradores que, direta ou indiretamente, contribuíram e colaboraram com este trabalho com palavras ou com ações. Senti de perto a torcida de cada um.

À Júlia, minha diagramadora favorita, linda, paciente e criativa. Grata a Deus por sua vida.

À Igreja Nacional do Senhor Jesus Cristo, instrumento para formar em mim um filho para Deus. Amo minha congregação!

Enfim, a todos os que torceram e acreditaram neste sonho.

Muito obrigada!

RESUMO

A Revista é um produto que permite maior liberdade na produção, no que diz respeito à linguagem e a disposição de textos e imagens. Partindo desse pressuposto, surgiu a Revista Som do Céu, com a ideia de apresentar uma edição que trouxesse a música gospel como tema central, mas, ao mesmo tempo, estabelecendo um elo entre este estilo musical e assuntos do universo cristão/evangélico. Com a proposta de mostrar a música em sua essência e estabelecer relação com outros setores como moda e entretenimento, buscou-se levar aos leitores um conhecimento mais profundo sobre o tema abordado através de matérias mais humanizadas, contextualizando melhor os assuntos através de depoimentos e relatos bem como, recursos imagéticos como fotos de acervo familiar dos personagens, mostrando, assim, a relação da música na vida das pessoas. Dessa forma, pudemos captar a música de maneira mais profunda e humana.

PALAVRAS-CHAVE: Música. Revista Som do Céu. Entretenimento. Moda. Jornalismo. Estilo Musical.

ABSTRACT

The Magazine is a product which allows greater freedom in the production with respect to the language and the arrangement of text and images. Based on this assumption, appeared the Sound of Heaven Magazine with the idea of submitting an issue to bring gospel music as its central theme, but at the same time, establishing a link between this musical style and subjects about Christian/Gospel universe. With the proposal to show the music in its essence and establish links with other sectors such as fashion and entertainment, in addition, it sought to bring readers a deeper understanding of the topic addressed through more humanized materials contextualizing best the subjects through testimonials and reports showing the relationship of music in people's lives. In this way, we could capture the music more deeply and humanely.

KEYWORDS: Music. Sound of Heaven. Magazine. Entertainment. Fashion. Journalism. Music Style.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Logotipo da Revista Som do Céu – pág. 21
- Figura 2 – Título padrão da editoria Entrevista – pág. 22
- Figura 3 – Título padrão da editoria Moda – pág. 22
- Figura 4 – Título padrão da editoria Dicas – pág. 22
- Figura 5 – Título da Entrevista – pág. 22
- Figura 6 – Título da editoria e da matéria “A música da minha vida” – pág. 22
- Figura 7 – Slogan da revista – pág. 23
- Figura 8 – Arte da editoria Especial – pág. 23
- Figura 9 – Chamada da capa – pág. 23

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
OBJETIVOS.....	11
JUSTIFICATIVA.....	12
PÚBLICO ALVO.....	14
ORÇAMENTO PRELIMINAR.....	14
CRONOGRAMA DE ATIVIDADES.....	15
1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
1.1 A ORIGEM DA MÚSICA GOSPEL.....	16
1.2 REVISTA: UM POUCO DE HISTÓRIA.....	17
1.3 RELIGIÃO E MÍDIA.....	18
2. DETALHAMENTO TÉCNICO.....	21
2.1 PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL.....	21
2.2 TIPOLOGIAS.....	21
2.3 CORES.....	23
3. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO.....	24
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
5. REFERÊNCIAS.....	27

INTRODUÇÃO

O presente relatório consiste no detalhamento técnico da criação da *Revista Som do Céu*, que aborda a temática música gospel e assuntos ligados ao universo evangélico, objetivando trazer uma visão clara do que é a música gospel, como ela faz parte da vida cotidiana, quem são seus artistas e o trabalho social que ela envolve e desenvolve.

Não apenas um veículo de informação, mas de formação de ideias, a *Revista Som do Céu* pretende ser um espaço de socialização e conhecimento sobre este tema tão vasto e que, muitas vezes, é conhecido superficialmente. Além disso, a intenção é ser uma fonte de formação de conceitos e opiniões e também entretenimento.

Vale salientar que, é mais que simplesmente detalhar dados sobre o tema ou até mesmo dizer o que é a música e expor aos leitores a vida de artistas, mas buscou-se neste produto relatos e vivências que pudessem expressar o universo por trás da música, de como ela faz parte da história das pessoas e de como ela se personifica a cada depoimento, a cada circunstância enfrentada, a cada trabalho e evento produzido. Buscou-se mostrar que existe vida por trás da música.

A criação da revista também baseia-se na necessidade de se ter um produto de mídia voltado para o público evangélico. Existe uma necessidade de informação, não apenas sobre música, mas sobre o contexto em que ela está inserida.

Particularmente, a revista é um meio que se distingue dos demais pelo formato, disposição de textos e imagens e, principalmente, pela forma de abordagem dos conteúdos, a profundidade e, ao mesmo tempo, clareza com que se tratam os assuntos, a capacidade de produzir textos mais criativos e divertidos, utilizando cores e imagens. Queremos aproveitar os recursos que este meio nos oferece para trabalhar com mais liberdade o tema em questão que, muitas vezes, é conhecido superficialmente, pela falta de acesso ou pela ligação que o público faz da música gospel apenas ao meio artístico e, por isso, acabam desconhecendo artistas locais, diversos trabalhos que envolvem música, a relação da música com a igreja, seu caráter social, etc.

Atualmente no Brasil a música gospel tem conquistado seu espaço no mercado musical e os meios de comunicação de massa têm sido de extrema importância para a divulgação da música cristã/evangélica em todo país. A união dos meios de comunicação e do mercado fonográfico contribuiu de forma significativa para a disseminação de cantores e grupos musicais evangélicos que surgem e se consagram em suas carreiras. A Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD)¹ aponta que a música religiosa cresce 15% ao ano e equivale a 30% da arrecadação da indústria fonográfica. Além disso, movimenta R\$ 1,5 bilhões com a venda de CD's, DVD's e livros. Sendo assim, os evangélicos chegam a vender mais CD's que artistas da MPB.

A música gospel não mais se restringe apenas ao ambiente religioso, mas com a comercialização dos produtos dos artistas evangélicos que, hoje estão por todas as prateleiras de supermercado e lojas em geral, houve um rompimento e a música não é mais objeto exclusivo dos templos, mas pode ser vista e ouvida em shows, programas de TV e rádio, revistas, internet.

OBJETIVOS

GERAL:

Elaborar um produto midiático, na modalidade revista, voltado para a temática da música gospel e assuntos que permeiam o universo cristão/evangélico, ampliando e humanizando a visão a respeito desses temas.

ESPECÍFICOS:

- Elaborar uma identidade visual personalizada que possa representar imagetivamente o caráter da revista;
- Produzir conteúdo sobre música gospel de maneira leve e relevante quebrando estereótipos sobre este estilo musical;

¹ Evangélicos vendem mais CD's que artistas da MPB. Disponível em <https://musica.gospelprime.com.br/evangelicos-vendem-mais-artistas-mpb/>. Acesso em 09/12/2015.

- Abordar uma temática pouco explorada pelo veículo revista, ampliando a visão do público em relação à música gospel;
- Utilizar as técnicas jornalísticas assimiladas durante a graduação, como: produção de pautas, levantamento de dados, entrevistas, captação de imagens.

JUSTIFICATIVA

A iniciativa de produzir uma revista sobre música gospel consiste em algo de importância singular, visto que nossa cidade tem um número cada vez mais crescente de evangélicos, cerca de 100 mil habitantes já declaram sua fé exclusivamente em Jesus Cristo, ou seja, 24,65% da população², assim também como cresce também o número de cantores e músicos que estão começando carreira na música. Temos na cidade a presença da revista Barracuda, que trata sobre música, arte e cultura regional e é direcionada ao público paraibano, todavia, ela possui outra vertente não contempla a comunidade evangélica, reforçando ainda mais a importância de criarmos um meio que se dirija a estes.

A pretensão deste produto é levar aos leitores, de uma maneira leve e, ao mesmo tempo, comprometida com os critérios exigidos pelo jornalismo, uma visão da música em sua essência, deixando a mostra não só os assuntos que reportam diretamente à música, mas também estabelecer um elo entre o estilo musical e a vida das pessoas, ao mesmo tempo, acoplando assuntos como entretenimento e moda.

A música gospel traz em sua essência uma ideologia, ela prega a fé em Jesus Cristo ou crença cristã e cada vez mais faz parte dos cultos e eventos de cunho religioso. Temos observado seu crescimento aqui no Brasil nos últimos anos. Tem movimentado mais de R\$ 359 milhões com as vendas de CD's e DVD's, além de arrecadar nada menos do que R\$ 358 milhões em direitos autorais e ter suas músicas entre as mais tocadas nas rádios³. Muitos artistas têm sido revelados com diversos estilos e, podemos dizer que, os meios de comunicação tem papel fundamental da

² Campina Grande tem quase 100 mil evangélicos (esses dados são de 2012, é a pesquisa mais recente). Disponível em <http://www.boasnovaspb.com.br/campina-grande-tem-quase-100-mil-evangelicos/>. Acesso em 10/12/2015.

³ Crescimento da música gospel no Brasil. Disponível em <http://www.territoriomusica.com/noticias/?c=34913>. Acesso em 10/12/2015.

disseminação da música evangélica. Eles têm sido utilizados como um recurso de divulgação de mensagens, músicas e todo tipo de conteúdo religioso. As igrejas que antes se limitavam aos templos para compartilhar sua fé, agora estão utilizando as diversas formas de comunicação como um meio ilimitado para potencializar e reforçar suas crenças.

Portanto, entende-se que a *Revista Som do Céu* contribuirá para uma construção criativa e interessante de matérias, reportagens, que servirá tanto para a valorização e disseminação da música gospel, quanto para entretenimento e informação dos leitores. Este produto se torna cada vez mais relevante levando em consideração que a religião - seja ela qual for - faz parte da cultura do nosso país e tem ganhado espaço nos meios de comunicação, como afirma Martino (2003, p.8) "não é mais possível estudar comunicação de massa sem levar em conta a influência [...] dos grupos religiosos".

Optamos pela criação de um produto midiático na modalidade revista pela maior liberdade de produção e pela possibilidade de prática daquilo que aprendemos durante o curso. Contudo, mesmo com a presença de revistas como *Música Cristã* e *Sonorização* – a nível nacional -, ainda há carência de um produto midiático para os evangélicos de Campina Grande bem como um conteúdo além da visão técnica e *showbusiness* da música, mas que a trate de forma dinâmica.

O fato de termos escolhido a revista como um meio para expormos esta temática é sua característica de proximidade com o leitor. A revista escreve para um público específico, fala a linguagem desse público e tem liberdade em se expressar porque sabe para quem escreve. Cada público tem sua particularidade, e a revista tem uma linguagem intimista, que faz com que o leitor se identifique e faça daquele espaço uma fonte de busca e conhecimento.

Revista é um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece por um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a compor a personalidade, isto é, estabelece identificações, dando a sensação de pertencer a um determinado grupo. (SCALZO, 2008, p.12)

Dessa forma, entendemos que este é um meio que se encaixa na proposta da produção, pois sua linguagem próxima e intimista nos possibilita ter mais liberdade de falar com o público alvo em questão.

Outra característica que a revista carrega é tratar as temáticas através das imagens e das fotografias, que falam mais que o próprio texto e trazem emoção ao leitor. Também é uma forma de diversificar as matérias, entreter. É, de fato, um elemento indispensável em uma boa revista. Segundo Scalzo, (2008, p. 69) “Quando alguém olha para uma página de revista, a primeira coisa que vê são as fotografias. Antes de ler qualquer palavra, é a fotografia que vai prendê-lo àquela página ou não. Fotos provocam reações emocionais [...]”.

Dessa maneira, buscamos trazer um conteúdo de qualidade para o público evangélico que possa acrescentar conhecimento sobre o tema abordado.

PÚBLICO-ALVO

A *Revista Som do Céu* é direcionada ao público evangélico local. Tendo em vista que a agenda de eventos evangélicos da cidade tem crescido ao mesmo tempo em que surgem cantores, bandas e ministérios, começando suas carreiras e, até mesmo, o espaço que a música gospel tem ganhado não só em igrejas e eventos, mas no dia a dia de pessoas evangélicas e “não evangélicas”, cresce também a necessidade de enfatizar esse tema e levá-lo com qualidade através de um meio de comunicação a este público.

ORÇAMENTO PRELIMINAR

Optamos por confeccionar três exemplares da Revista Som do Céu, destinados à banca examinadora. A impressão será colorida para melhor destacar o projeto gráfico e editorial do produto. Impresso na Copiadora Sertec em papel Couchê 170, no valor de 6,00 reais a página, na capa e contracapa e papel Couchê 115, no valor de 6,00 reais a página, no miolo. Totalizando 120,00 reais por cada exemplar. Dessa maneira, pretendendo obter êxito, tanto na impressão, quanto na qualidade do produto.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
Elaboração do Projeto	# #					
Revisão bibliográfica		# #				
Pautas e matérias			# #			
Fotos e edição			# #	# #		
Diagramação				# #	# #	
Revisão final					# #	
Impressão/Defesa TCC						# #

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 A Origem da música gospel

O termo gospel surgiu da junção das palavras *God* e *Spell*, ambas têm significados distintos (*God*: Deus *Spell*: período ou fase), mas quando unidas formam a palavra *Godspell*, que significa “evangelho” ou “Palavra de Deus”. Foi o século XVII, nos Estados Unidos, que surgiu a música gospel. Tratava-se de um gênero musical que era composto por um solista, um coral e um grupo instrumental que o acompanhava. As músicas eram feitas com várias repetições para que, até mesmo, aqueles que não soubessem ler pudessem aprender e cantar. Muitos cantores, que hoje são destaques no meio secular, começaram no contexto gospel das igrejas. É um gênero que tem essência na Música Cristã Negra nos Estados Unidos⁴.

Por volta dos anos 60 começaram a ocorrer mudanças, quando o rock, reggae, pop e funk foram introduzidos, fazendo com que o gospel se tornasse um gênero que contempla vários estilos musicais. Isso só foi possível, principalmente aqui no Brasil, com o surgimento das igrejas neopentecostais, que possuem costumes mais flexíveis, com uma mensagem mais leve que é marcada não só pela pregação da “vida eterna” após a morte, mas também dos ensinamentos de como resolver problemas, crises financeiras e afins enquanto se vive aqui na terra. Tal discurso é mais sedutor e tem forte apelo ao público jovem, que se sente mais “livre” nesse ambiente.

No Brasil o termo “música gospel” foi ouvido pela primeira vez nos anos 80, através da gravadora *Gospel Records*, da Igreja Apostólica Renascer. Nesse contexto, começou a se conhecer a música evangélica por música gospel. A partir daí, o gênero foi se expandindo e o mercado fonográfico, cada vez mais, lançando artistas desse segmento musical, com estilos diversificados atendendo aos vários gostos do público gospel.

⁴ A origem da música gospel. Disponível em <http://press.soboasnovas.com.br/?p=1229>. Acesso em 20 de junho de 2015.

1.2 Revista: Um pouco de história

A primeira revista surgiu na Alemanha, criada pelo poeta e teólogo Johann Rist e teve sua primeira publicação no ano de 1663. Tinha cara e jeito de livro e um nome comprido, porém foi considerada revista porque trazia em si vários artigos sobre um mesmo assunto, ou seja, era monotemática. Nessa época as revistas abordavam assuntos específicos e um caráter didático com edições periódicas. Porém esses modelos inspiraram publicações em todo o mundo. A ideia foi bem aceita e começou a ser copiada e em 1665 surgiu a revista francesa *Jornal dos Sábios* sobre ciência e a inglesa *Transações Filosóficas*. Em 1668 a italiana *Jornal dos Literatos* deu seus primeiros passos. Era uma nova maneira de circular informação. Por isso, “a revista ocupou, assim, um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro).” (SCALZO, 2012, p. 20).

O passo seguinte foi a criação da revista multitemática e com este estilo foram surgindo novas ideias como um convite na última página para que os leitores dessem suas opiniões e comentários sobre a revista. Dessa forma incrementaram-se novas seções com prestação de serviços e informações no geral, notas e matérias mais ilustradas, com desenhos representativos da sociedade. A partir daí, os mais diversos temas começaram a ser abordados e revistas com temas sobre amor, casamento e assuntos femininos foram ganhando espaço entre os periódicos. Além disso, crescia o número de publicações na Europa, ao passo que o analfabetismo diminuiu consideravelmente já que o interesse por novas ideias e informações foi despertado.

No Brasil, as revistas chegaram por volta do século XIX, junto à corte portuguesa. A primeira publicada foi *As Variedades* ou *Ensaio da Literatura* em 1812, porém era científica e literária, com artigos que traziam discursos moralistas, ou seja, era direcionada à elite da época. Logo após surgem publicações para a população recém-alfabetizada.

Começa, então, a fase da segmentação. Surgiram as revistas, femininas, e as esportivas. As eróticas fizeram muito sucesso no início do século XX, mas desapareceram em 1930 por causa da censura moral da época. Mas o erotismo voltou em 1960, quando surgiram as publicações denominadas “masculinas”, que além da

nudez, traziam conteúdo de qualidade para este público. Assim, multiplicam-se as temáticas, como música, arquitetura, ciência, variedades, etc. “Cada publicação tem seu próprio cardápio de assunto, uma forma específica de organizá-lo e um leitor imaginário padrão, diferente dos leitores das demais publicações [...]” (TAVARES et al., 2013, p. 261)

A revista passou por muitas fases até chegar ao que é hoje. Esta indústria se desenvolveu e, ao longo do tempo foi conquistando seu público e seu espaço na indústria no geral como, por exemplo, as revistas de moda que evoluíram à medida que a indústria de moda ia crescendo e aquelas voltadas para o mercado automobilístico.

Surgem nessa época, como se viu, as revistas técnicas segmentadas. Com o crescimento da indústria de fios e tecidos, são criadas as revistas de moda. Em 1960, acompanhando o surgimento da indústria automobilística e da construção de estradas no Brasil, é lançada a *Quatro Rodas*. (SCALZO, 2012, p.33)

Desde o seu surgimento a revista se comunica com seu próprio público e ultrapassam as barreiras à medida que seu público vai mudando com novas maneiras de entender e se direcionar a ele e estreitar o elo com este público, a ponto de criar uma afinidade entre revista e leitor e este se sentir à vontade para opinar, dar sugestões e comentários, ou seja, se relacionar com a “sua” revista. Ao mesmo tempo em que a revista recebe este *feedback*, ela se consolida e garante o seu lugar no mercado.

Mesmo que os meios impressos tenham sofrido os impactos da era digital e a possibilidade de uma possível extinção, tiveram que se reformular e sobrevivem a este novo tempo, gerando conteúdo para web. Ao mesmo tempo em que circulam da maneira tradicional, atraem os internautas quando levam para a internet os conteúdos disseminados em suas edições impressas.

1.3 Religião e Mídia

A relação entre religião e mídia tem cada dia mais se estreitado. É possível identificar nos meios de comunicação massivos, como rádio e televisão, o crescente espaço dado à programações religiosas e, mais ainda, as diversas religiões têm se

apropriado desses meios para divulgar suas mensagens e arrebatou cada vez mais fiéis. Igrejas investem consideravelmente em espaços na televisão, rádio e produzem seus próprios periódicos, pois "ter espaço no rádio e na TV deixou de ser um supérfluo para a divulgação, tornando-se uma necessidade para a sobrevivência." (MARTINO, 2003, p.8).

Para Martino (2003), a relação entre religião e mídia está na necessidade da religião usar a mídia como "estratégia de existência, ao mesmo tempo em que a mídia gera novas demandas de trabalhos simbólicos das instituições religiosas". Contudo, podemos atribuir, parcialmente, o crescimento no número de seguidores da religião evangélica, por exemplo, ao fato de meios massivos como TV, rádio (através de programas incluídos na grade da programação destes) e, agora, internet (sites, portais, blogs, etc.) serem responsáveis pela disseminação da ideologia cristã.

Segundo o IBGE⁵, a população evangélica cresceu 61% em dez anos (entre 2000 e 2010). Tendo em vista esse crescimento - são cerca de 45 milhões de pessoas - assim como os espaços na TV e no rádio, o mercado musical voltado para esse público cresceu consideravelmente. Emissoras como a Rede Super de Televisão do estado de Belo Horizonte têm cem por cento de sua programação voltada para a população evangélica e, com isso é empenhada na divulgação da música gospel. É uma TV aberta para a cidade de Belo Horizonte e, mesmo que a pessoa seja de outro estado e não tenha acesso ao sinal da TV, é possível ver a programação na íntegra e em tempo real pelo site da emissora.

Os meios de comunicação tornaram-se verdadeiros aliados na disseminação da ideologia cristã, bem como na cultura das religiões, mais precisamente a evangélica e a católica. Fazendo parte dessa cultura, a música gospel tem ganhado espaço midiático, visto que muitos artistas evangélicos tiveram seus trabalhos divulgados e seus nomes reconhecidos através de dos meios de comunicação de massa, a exemplo da jovem cantora gospel Marcela Taís (ganhadora do Troféu Promessas⁶ na categoria revelação).

⁵ Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/06/numero-de-evangelicos-aumenta-61-em-10-anos-aponta-ibge.html>>. Acesso em: 20 de junho de 2015

⁶ *Troféu Promessas* é uma premiação feita para os melhores cantores, bandas e ministérios de louvor do ano. O prêmio é dividido em várias categorias. Disponível em: www.trofeupromessas.com.br. Acesso em: 20 de junho de 2015.

A maioria desses cantores, Ministérios de Louvor e grupos musicais fazem uso contínuo dos meios, possibilitando uma maior divulgação das suas mensagens fora do ambiente da igreja e/ou templo.

A música gospel faz parte da religião evangélica. A quantidade de pastores e líderes que gravaram CD's e DVD's com canções e mensagens que reafirmam os conceitos bíblicos é inúmera. Dessa forma, a música se torna um fator essencial dentro da religião, envolvendo cada vez mais pessoas com as mensagens que falam de paz, santidade, tolerância, unidade e, principalmente, de amor.

2. DETALHAMENTO TÉCNICO

2.1 Projeto gráfico e editorial

O projeto gráfico da *Revista Som do Céu* foi pensado de maneira a atender ao projeto editorial já desenvolvido *a priori*, pensado para ser uma revista impressa, onde o leitor pode sentir as sensações que um produto impresso pode proporcionar, “viajando” nas fotografias e nas leituras das histórias e matérias. O formato é de 195 mm de largura e 280 mm de altura, com 40 páginas. Tanto as cores como as tipologias e as disposições de imagens foram organizadas para que correspondesse imagetivamente ao tema central do produto, neste caso, a música gospel.

É o universo de valores e de interesses dos leitores que vai definir a tipologia, o corpo do texto, a entrelinha, a largura da coluna, as cores, o tipo de imagem e a forma como tudo isso será disposto na página. Por isso o projeto gráfico tem que estar inserido num projeto editorial mais amplo. (SCALZO, 2008, p.67)

Para o logotipo da revista utilizamos dois tons de azul que visam remeter ao azul do céu. A clave de sol invertida faz referência à música. A junção dos estilos diferentes de fontes com as cores carregam o sentido temático que a revista tem. As fontes utilizadas para criar a logo foram Birds of Paradise, Arista e Calibre light, ambas criam um contraste e trazem equilíbrio, pois mesclam entre o clássico e o moderno. A ideia é que a partir da identidade visual o leitor já comece a identificar o tema central que a revista trata.



Figura 1

2.2 Tipologias

Para as tipologias, ou seja, as fontes foram escolhidas para estabelecer a harmonia, a legibilidade e a leiturabilidade, promovendo equilíbrio em todo o projeto. Segundo

Nicolau (2013) “Em um projeto de diagramação, o designer deve valorizar o texto, escolhendo a tipografia mais adequada, utilizando recursos e técnicas que são fundamentais para uma edição”.

Tivemos uma fonte básica, escolhida como padrão para o corpo do texto das matérias. A fonte GARAMOND REGULAR, tem uma família grande – bold e itálico – o que facilita termos opções para diferenciar quando necessário na diagramação. Além disso, ela vem com serifa, fazendo com que a leitura não se torne cansativa. Para os títulos que regem as editorias utilizamos a fonte YANONI KAFFESATZ, sem serifa, com visual mais descontraído. A predominância das cores azul e branca aponta para o nome da revista e sua temática. As duas fontes citadas acima permearam todo o produto, entretanto ao longo das matérias foram utilizadas outras fontes para marcar detalhes nas reportagens, porém não fugindo dos critérios que facilita a leitura e não poluindo visualmente.



Figura 2



Figura 3



Figura 4

ADORAR PARA TRANSFORMAR

Figura 5



Da sinfonia da vida ao descompasso da morte

Figura 6

O tema central trabalhado nas editorias da revista é a música gospel, porém temos atrelado a ele assuntos ligados à moda e entretenimento. A intenção era não deixar a revista técnica demais, mas com espaço para falarmos de assuntos da cultura cristã. Por isso trabalhamos assuntos paralelos à música e que também se ligassem a ela para não fugir da proposta do projeto e, ao mesmo tempo, atingir melhor o público evangélico no geral e, não apenas os que gostam de música ou que são totalmente ligados à ela. Para isso, utilizamos o slogan “música, moda e cultura cristã”.

música, moda e cultura cristã

Figura 7

2.3 Cores

As cores em um projeto gráfico e editorial fazem toda diferença, pois são capazes de alterar todo um contexto. Cada sensação tem uma paleta de cor específica. Para a Revista Som do Céu, escolhemos uma paleta com cores frias, que ficam nos tons de azul e branco, pelo fato de refletirem paz, calma, pureza, inocência, etc. e, ao mesmo tempo, trazer a combinação com o título e temáticas abordadas pela revista, além de remeter ao céu, ao divino. Entretanto, mesmo escolhendo uma paleta para padronizar o projeto, utilizamos também – em algumas matérias - cores mais quentes como amarelo e laranja, para trazer contraste e quebrar a “frieza” das cores sóbrias, trazendo o equilíbrio necessário e uma contrastação positiva ao resultado final. Enquanto os tons de azul e branco intensificam os sentimentos como paz, amor, sobriedade, honestidade, calma, os tons de amarelo e laranja proporcionam agitação, humor, criatividade, entusiasmo, como afirma Freitas (2007) “As cores quentes são estimulantes e produzem as sensações de calor, proximidade, opacidade, secura e densidade. Em contraste, as cores frias parecem nos transmitir as sensações frias, leves, distantes, transparentes, úmidas, aéreas e calmantes. Podemos dizer que as cores quentes derivam do vermelho-alaranjado e as cores frias do azul-esverdeado”.



Figura 8



Figura 9

3. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

O planejamento e execução da Revista Som do Céu seguiu uma sequência lógica traçada previamente, a fim de facilitar o processo de produção e cumprir os prazos estabelecidos não só para a produção de conteúdos, mas também a diagramação e apresentação do produto final.

Com o intuito de aproveitar melhor o tempo que dispomos começamos a busca e pesquisa dos temas para a produção das pautas. Após a elaboração das pautas, fomos para a execução das matérias, começando com as entrevistas e captação das informações necessárias.

Começamos pela matéria principal, a de capa, onde encontramos muitas barreiras no que diz respeito a nossa entrada no evento para acompanhar mais de perto como ele funciona e uma maneira mais detalhada. Nesse momento a ajuda da orientadora foi de suma importância, pois nos direcionou para sabermos como nos mover em relação a essas resistências e limites que tínhamos dentro do evento. Nesta matéria, levamos um pouco mais de tempo, não só durante o evento, mas também após o evento, pois precisávamos de informações das edições anteriores, das quais pesquisamos, mas não encontramos informações disponíveis e, por isso, não conseguimos fazer esse levantamento de dados previamente. Tivemos, então, que entrar em contato diretamente com a comissão organizadora e pedir o envio das informações que, por sua vez, atrasou.

Outro fator que retardou um pouco a execução do nosso trabalho foi a dificuldade de viabilizar as entrevistas com alguns dos entrevistados que não tinham horário disponível devido aos seus compromissos pessoais e de trabalho e outros por serem de outros estados. A saída para conseguirmos as entrevistas foi enviá-las por e-mail para que pudéssemos obter as informações necessárias e não comprometer o nosso trabalho. Por esta razão, algumas entrevistas tiveram demora no recebimento, porém conseguimos todas que precisávamos.

Apesar dos percalços a produção continuou e contamos com a contribuição de muitas pessoas que enriqueceram nosso trabalho, como, por exemplo, o *personal voice* Nielsen Vagner Santos que escreveu o artigo “Mantendo uma voz saudável” e trouxe

várias dicas para preservar a voz. Como também contamos com a ajuda do produtor e fotógrafo Iago Antunes que colaborou efetivamente cedendo equipamentos e fazendo o tratamento de algumas imagens e, assim, demos prosseguimento a este projeto. Tivemos ajuda de algumas pessoas como a aluna do curso de Comunicação Social da UEPB Jaqueline Oliveira que nos auxiliou no ensaio fotográfico fazendo a maior parte do *making off* e cedendo seu carro para nosso deslocamento. Também as minhas duas irmãs Karen Fernanda e Daiane Araújo que prepararam cabelo e *looks* das modelos enquanto eu fotografava. Não esquecendo a colaboração das próprias modelos, a estudante do curso de Letras da UEPB Fernanda Lorena e a estudante de *Design* de Interiores da Infogenius Mariah Pompeu, que se dispuseram a participar.

Sendo assim, demos prosseguimento ao projeto com as fotos e produção das matérias. Para algumas fotos, usamos a câmera do Departamento de Comunicação Social da UEPB que nos foi cedida. Para outras fotos, como as do ensaio fotográfico, utilizamos um equipamento emprestado com uma qualidade melhor.

Chegou o momento de pensarmos na identidade visual da revista e para isso contamos com a ajuda da designer Júlia Assunção, que ficou responsável pelo desenvolvimento da logomarca e também a diagramação.

Optamos por usar um visual *clean*, com tons mais neutros, fontes que tornassem a leitura mais clara e evitar a poluição de tipologias e muitas mudanças, mas dar um padrão à revista no que diz respeito a cores e fontes, ao mesmo tempo em que isto nos traria uma identidade única.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando nasce uma ideia, nasce o desafio de pô-la em prática. O processo de lapidar a ideia até alcançar o produto final se torna um verdadeiro caminho diário.

A pretensão inicial foi criar um produto midiático, neste caso a revista, que atendesse ao público evangélico jovem e adulto que está cada vez mais antenado e em busca de assuntos e conteúdos do universo em que está inserido e que, neste contexto, a música gospel faz parte, já que ela se tornou um instrumento de evangelização em massa.

É comum as dificuldades enfrentadas durante o processo de execução e também o desafio de não cair no lugar habitual das revistas com o mesmo tema. Trazer o tema música sem que ele fosse abordado de maneira técnica ou com caráter *celebrity*, nos instigou a sair dos modelos tradicionais e, até mesmo, agregar outros assuntos e utilizar uma maneira mais humana de reportar a música, fazer o elo entre a mesma e a vida cotidiana, através de histórias, depoimentos e traduzindo isso imageticamente.

Pensar em uma estética que pudesse interpretar o conceito que a revista traz nos desafiou e, ainda mais nossa diagramadora Júlia Assunção, que cuidou de toda parte gráfica do projeto. Essa fase foi uma verdadeira troca de experiências, pois afluíram muitas ideias e, tivemos que escolher algo que unisse conteúdo e imagem.

Contudo, vale salientar que esta revista é apenas um embrião de algo que pode se tornar muito maior e mais elaborado posteriormente. É uma ideia, uma maneira de por em prática tudo que aprendemos durante a graduação. Podemos dizer que esta é uma ideia inicial que pode transcender os limites de um trabalho acadêmico. É uma porta para um maior amadurecimento de um produto que já nasceu.

REFERÊNCIAS

CAULA, Pamella. **A psicologia das cores na identidade**. Disponível em: www.logovia.com.br. Acesso em 02 de agosto de 2015.

FREITAS, Ana K. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAGRoAD/psicodinamica-das-cores-comunicacao#>. Acesso em 02 de dezembro de 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

NICOLAU, Raquel Rebouças A. (Orgs.). **Zoom - design, teoria e prática**. João Pessoa: Ideia, 2013.

SANT'ANA, Raquel. **A música gospel e os usos da “arma da cultura”: reflexões sobre as implicações de uma emenda**. In: Revista Intratextos, 2013, vol 5, no1, p. 23-41.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2014.

TAVARES, Frederico, et. al. **A revista e o seu jornalismo**. Porto Alegre: Pense, 2013.