



Universidade  
Estadual da  
Paraíba

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**

**CAMPUS I**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM**

**ERIK KLEIVER FERREIRA DA SILVA  
RICARDO EMANUEL DE CASTRO SILVA  
SIMONE FELIX DOS SANTOS**

**RELATÓRIO TÉCNICO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC  
REVISTA INSIDE**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**2016**

**ERIK KLEIVER FERREIRA DA SILVA**  
**RICARDO EMANUEL DE CASTRO SILVA**  
**SIMONE FELIX DOS SANTOS**

**REVISTA INSIDE**

Relatório apresentado ao curso de graduação em **Comunicação Social** – habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau Bacharelado em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza

CAMPINA GRANDE - PB

2016

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.

S586r Silva, Erik Kleiver Ferreira da  
Revista Inside [manuscrito] / Erik Kleiver Ferreira da Silva,  
Ricardo Emanuel de Castro Silva, Simone Felix dos Santos. -  
2016.  
27 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro  
de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.  
"Orientação: Prof. Me. Arão de Azevedo Souza,  
Departamento de Comunicação Social".

1. Jornalismo. 2. Revista Inside. 3. Cultura. 4. Projeto  
gráfico. I. Título.

21. ed. CDD 070.4

**ERIK KLEIVER FERREIRA DA SILVA**  
**RICARDO EMANUEL DE CASTRO SILVA**  
**SIMONE FELIX DOS SANTOS**


**REVISTA INSIDE**

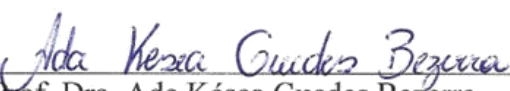
Relatório apresentado ao curso de graduação em **Comunicação Social** – habilitação em jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau Bacharelado em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza

Aprovada em: 28/10/2016.

**BANCA EXAMINADORA**

  
Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dra. Ada Késea Guedes Bezerra  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Ms. Hipólito de Sousa Lucena  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, queríamos agradecer aos nossos pais, por serem os pioneiros a nos ajudar na trajetória da vida, seus ensinamentos, conselhos e discussões.

Aos nossos familiares e amigos que sempre nos apoiaram.

Aos colegas de universidade que se tornaram amigos, Janaína Souza, Ana Laura, Ednaldo Júnior, Raíza Lira e Jussara Barros.

Ao nosso orientador Arão de Azevêdo, pelos ensinamentos, pela amizade e pela dedicação e paciência em nos orientar.

Aos queridos professores, Fernando Firmino, Jamerson, Moisés, Verônica, Luiz Aguiar, Ada Guedes, Hipólito Lucena, Antônio Simões.

A querida professora Socorro Palitó que acolhe seus alunos como filhos.

Ao grande professor Rômulo Azevedo, que nos proporcionou imensuráveis experiências.

Aos funcionários do DECOM, que estão sempre dispostos em nos ajudar.

Obrigado!

## RESUMO

O presente estudo tem como objetivo a elaboração de uma revista eletrônica que leve informação acerca da Cultura alternativa na cidade de Campina Grande, divulgando o que acontece nesse cenário, estimulando as pessoas ao interesse pelo tipo de arte que não possui o espaço devido na mídia convencional. A divulgação da Revista Inside surge com o intuito de suprir a escassez de publicações desse estilo, procurando utilizar um jornalismo independente e puro, utilizando a liberdade de criação, sem se desatrelar da essência do jornalismo, e, servir, posteriormente de fonte para futuras pesquisas para a comunidade acadêmica. De cunho jovem e idealista, a revista levará, ao leitor campinense, através de suas reportagens, um material com conteúdo voltado para a divulgação de movimentos culturais, artísticos, musicais pretendendo mostrar o cenário cultural da cidade de forma agradável, por meio de pautas inovadoras e diversas, buscando criar vínculos com o leitor, fazendo com que ele se sinta como parte da revista. O presente relatório técnico apresenta os conceitos e saberes teóricos e práticos que conduziram a elaboração da revista “Inside”, produto midiático que surgiu da percepção do cenário cultural alternativo da cidade de Campina Grande, pouco explorado pela mídia local. Como suporte teórico foram utilizadas fontes de aurores como Boas (1996), Morin (2001), Piza (2004), Scalzo (2008), Marcelli (2006), Guimarães (2003), entre outros.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Revista Inside. Cultura. Projeto gráfico.

## ABSTRACT

The present study aims the elaboration an Electronic Journal what light Information about Alternative Culture in the city of Campina Grande, touting what happens in this scenario, stimulating as people by Interest hair kind of art that does not have space because the conventional media. Disclosure of the magazine Inside arise in order to address the shortage of publication in this style, searching use hum journalism independent and pure, using the freedom of creation, without uncoupling journalism Essence, and serve later source paragraph further research for the academic community. young and idealistic nature, one will magazine, the reader Campinense, through their reporting, a material with oriented content to the spread of cultural movements, artistic, musical intending show the cultural scenery nice way to city, through agendas Several innovative and seeking create linkages with the reader, making him feel as part of the magazine. The present technical report presents the concepts and theoretical knowledge and practical led to magazine design "Inside", media product what emerged from the perception to cultural alternative scenario of the city of Campina Grande, Explored little by the local media. How were theoretical support used sources as good (1996), Morin (2001), Piza (2004), Scalzo (2008), Marcelli (2006), Guimarães (2003), among other.

**Keywords:** Journalism. Inside magazine. Culture. Graphic project.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 – Nome da Revista Inside .....                           | 16 |
| Figura 2 – Matéria Malucos de Estrada .....                       | 16 |
| Figura 3 – Matéria Máxima Expressão .....                         | 17 |
| Figura 4 – Matéria Vamos fazer Rock'n Roll.....                   | 17 |
| Figura 5 – Título Skate Estilo de Vida.....                       | 17 |
| Figura 6 – Título Overlloud.....                                  | 18 |
| Figura 7 – Título Campina Underground.....                        | 18 |
| Figura 8 – Título Movimento OcupaAçude.....                       | 18 |
| Figura 9 – Título Vamos fazer Rock'n Roll.....                    | 18 |
| Figura 10 – Título Sociedade Secreta do Spray.....                | 19 |
| Figura 11 – Título Máxima Expressão.....                          | 19 |
| Figura 12 – Título Sentimentos em Escultura.....                  | 19 |
| Figura 13 – Título Malucos de Estrada.....                        | 19 |
| Figura 14 – Corpo do texto.....                                   | 19 |
| Figura 15 – Sutiã.....                                            | 20 |
| Figura 16 – Olho matéria Sentimentos em Escultura.....            | 20 |
| Figura 17 – Olho matéria Luiz Barroso e o impulso de existir..... | 20 |
| Figura 18 – Legenda de fotografias.....                           | 20 |
| Figura 19 – Crédito das fotografias.....                          | 21 |
| Figura 20 – Layout da página do Issu com a revista .....          | 21 |
| Figura 21 – Cores matéria Luiz Barroso.....                       | 22 |
| Figura 22 – Cores matéria Campina Underground.....                | 23 |
| Figura 23 – Capa.....                                             | 24 |



## SUMÁRIO

|                                        |           |
|----------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>              | <b>8</b>  |
| <b>2 OBJETIVO GERAL .....</b>          | <b>9</b>  |
| 2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....       | 10        |
| <b>3 JUSTIFICATIVA .....</b>           | <b>10</b> |
| <b>4 PÚBLICO – ALVO .....</b>          | <b>11</b> |
| <b>5 ORÇAMENTO .....</b>               | <b>11</b> |
| <b>6 JORNALISMO DE REVISTA.....</b>    | <b>12</b> |
| 6.1 JORNALISMO CULTURAL.....           | 13        |
| <b>7 CRONOGRAMA.....</b>               | <b>14</b> |
| <b>8 DETALHAMENTO TÉCNICO.....</b>     | <b>15</b> |
| 8.1 PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL.....   | 15        |
| 8.2 LINGUAGEM VISUAL.....              | 15        |
| 8.3 TIPOLOGIAS .....                   | 17        |
| 8.4 CORES.....                         | 22        |
| 8.5 CAPA.....                          | 23        |
| <b>9 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO .....</b> | <b>24</b> |
| <b>10 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>    | <b>25</b> |
| <b>11 REFERÊNCIAS .....</b>            | <b>26</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

A revista é um meio de comunicação que dispõe de uma linguagem mais dinâmica e arejada, se comparada a outros meios impressos, como o jornal. As revistas especializadas, que possuem um público segmentado, o que é um aspecto inerente da revista. Seu discurso gráfico, por exemplo, se apropria de cores, fontes, tipologias, disposição de imagens, disposição e produção de textos, de maneira mais livre, de modo que a revista reflita esteticamente com sua proposta e linha editorial.

Considerando que as revistas são publicações destinadas a públicos segmentados, específicos, por mais generalistas que estas possam parecer, a focalização da audiência permite uma interação maior com o leitor/navegador, de maneira que conteúdo e design são fortemente determinados pelo público alvo desejado (NATANSOHN, 2013, p.12).

As novas tecnologias, a convergência das mídias e um mundo de relações e interações cada vez mais imediatistas, onde, pela praticidade, a internet se tornou um meio imprescindível para os indivíduos se comunicarem e se informarem, está causando a migração de algumas revistas para as plataformas digitais. Esses veículos impressos quando não se transportam por completo para a internet, extinguindo sua versão física, se adaptam criando uma versão eletrônica, unindo e interligando os conteúdos entre as duas versões, de diversas formas, de modo complementar. Outro fato, é o surgimento de revistas já inseridas nessa nova realidade, como é o caso da “Inside”, fruto desse projeto que agora apresentamos que será veiculada apenas no formato eletrônico, pela internet na plataforma issuu ([issuu.com/revistainsiderse/docs/revista\\_inside](http://issuu.com/revistainsiderse/docs/revista_inside)).

Optamos por utilizar a plataforma Issuu para veicular nosso produto, de maneira que o leitor poderá ter acesso gratuitamente e através dos mais diversos suportes tecnológicos.

O Issuu, por sua vez, é um distribuidor de conteúdo focado na publicação de publicações independentes. O usuário envia sua publicação em formato PDF, DOC, PPT e outros. O diferencial desse site é que é uma mídia social de compartilhamento de conteúdo, o que significa que os usuários podem hospedar o seu produto no Issuu e divulgar o *link* para que seja visualizado (NATANSOHN, 2013, p. 21).

O uso da plataforma online facilitará, também, na divulgação e no compartilhamento da revista, pelas mídias sociais, por exemplo, podendo chegar a um número maior de pessoas.

O fenômeno da convergência tecnológica e cultural, além de permitir a produção e distribuição de material jornalístico em várias plataformas e suportes multimidiáticos (vídeos, textos, áudio, celulares etc.) propicia várias formas (simultâneas) de consumo e de agregação social, gera novos protocolos de participação e práticas culturais (NATASOHN, 2013, p. 24).

O presente relatório servirá como registro de todo o processo de elaboração da revista Inside, resultado de nosso Trabalho de Conclusão de Curso. A revista tem como referência o jornalismo alternativo e seus elementos que vão de encontro ao fazer jornalístico comercial, tratando do âmbito cultural da cidade de Campina Grande prezando por dar espaço para pautas que comumente não são trazidas a tona pela mídia convencional, valorizando a força e a história da cena cultural e artística que existe e resiste independente da visibilidade dada pelos meios de comunicação dominantes.

A priori, entende-se por alternativos os veículos que prezam pelo descomprometimento de sua linha editorial com o poder dominante, operando à revelia de pressões econômicas. Neste sentido, tal modelo é comumente denominado de “alternativo”, “underground”, “radical”, “independente”, “dissidente”, “de resistência” ou “do leitor” (VELOSO, 2008, p. 28)

Pretendemos com isso estimular a cultura alternativa da cidade, mostrando o que há de atual e de histórico, trazendo ao conhecimento do leitor manifestações e movimentos culturais e artistas que existem e que produzem incessantemente, mas que são do conhecimento de poucos. Dessa forma, em nosso projeto editorial, buscamos matérias em diferentes modalidades e áreas da cena cultural de Campina Grande, da pintura, da escultura, da música, do movimento dos skatistas, etc., e produzimos textos e dispusemos de maneira que propicie ao leitor uma leitura agradável.

## **2 OBJETIVO GERAL**

Criar uma revista eletrônica que permita a divulgação da Cultura alternativa na cidade de Campina Grande, divulgando o que acontece no cenário cultural, estimulando as pessoas ao interesse pelo tipo de arte que não possui o espaço devido na mídia convencional.

## 2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Produzir uma revista eletrônica;
- Discorrer no relatório todo o processo de elaboração do produto;
- Estimular, através da revista, a cena cultural alternativa de Campina Grande;
- Provocar no leitor o sentimento de valorização da cultura local.
- Pesquisar recursos gráficos que auxiliem no entendimento do conteúdo da revista.

## 3 JUSTIFICATIVA

Campina Grande é uma cidade rica (economicamente) e forte em cultura (berço de festivais de inverno, festejos juninos, entre outros), com uma cena artística estabelecida e bem representada nas mais diversas áreas. Em contrapartida, a visibilidade provinda dos meios de comunicação é bem diminuta, tendo em vista a quantidade de movimentos, de manifestações e de artistas que mantém viva a arte na nossa cidade, sem que o grande público tenha fácil acesso através dos meios de comunicação. Dessa forma, podemos inferir que a sociedade, em todos os setores, não lhes dá o devido valor.

Por meio da revista Inside e suas reportagens, pretende-se preencher os espaços deixados sem respostas pela mídia, que são os artistas alternativos, transmitindo emoção e causando reações. Reações que despertem a ação, que façam com que as pessoas percebam aquele rapaz que toca violão na praça ou a moça que faz artesanato em couro. E por seguirmos esse pensamento, levamos ao conhecimento público histórias que precisam ser retratadas e contadas. Histórias de pessoas e de vida, que precisam ser conhecidas.

Histórias importantes, grandes contribuições artísticas e movimentos culturais que por vezes passam despercebidos pela população e que merecem ser registrados de alguma forma, foram o nosso foco.

Tendo como objetivo divulgar de maneira acessível, optamos por usar a plataforma Issuu, que “tem potencial para ser a principal plataforma de revistas independentes, assim como o YouTube é para os vídeos” (NATASOHN, 2013. p.21).

Artistas que durante o mês de junho, quando acontece o Maior São do Mundo, são requisitados para cantar em casas de show, em bares, no parque do povo, em frente às lojas comerciais, se veem em uma espécie de inércia durante o restante do ano, onde a sua arte é

deixada de lado pelos investidores e pelo público em geral. Semelhantemente, os grupos de danças, os artistas populares, os artesãos e toda a cena underground da cidade permanecem em segundo plano. Observando a falta de notabilidade desses artistas, surgiu a ideia da Revista Inside que tem como proposta criar oportunidades para que a cidade passe a conhecer quem faz arte, de verdade, na Rainha da Borborema.

E, não deixa de ser uma oportunidade de pôr em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, de maneira que complementar a formação desta discente, pois para a elaboração da revista serão empreendidas pesquisas, pautas, entrevistas e produção fotográficas e textuais, e diagramação. Tais atividades culminando com um produto como a revista vêm selar a formação acadêmica, com algo que trará ampla informação da cena cultural campinense.

#### **4 PÚBLICO – ALVO**

A revista “Inside” não tem uma indicação definida para uma faixa etária, ela é voltada para o público de campina Grande com um segmento direcionado especificamente para artistas, para ativistas e fomentadores da cultura, para pessoas interessadas na diversidade artística e amantes e curiosos da cultura da nossa cidade.

#### **5 ORÇAMENTO**

O produto midiático não foi criado com propósito comercial, mas para dar visibilidade a artistas da cidade que fazem parte de uma cultura que não é tão conhecida pela mídia. Utilizamos a plataforma eletrônica issuu para publicação da revista sem nenhum custo, pois a mesma é gratuita. Tivemos alguns gastos com transportes no período de coleta de informações para as matérias, e também, para a impressão das revistas para entregarmos a banca, as impressões saíram em torno de R\$ 150,00. Para as fotografias utilizamos tanto nossos equipamentos, como outros disponibilizados pela UEPB.

## 6 JORNALISMO DE REVISTA

A revista é um veículo de comunicação impresso ou eletrônico, com textos interpretativos, informativos ou opinativos. Diferente de outros meios traz análises e reflexões mais aprofundadas dos temas abordados. Elas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Sua periodicidade pode ser semanal, quinzenal ou mensal.

O Jornalismo de revista trás um texto mais elaborado é preciso um bom enredo, personagens (que vivenciam o fato) e um lugar onde os fatos ocorrem.

As revistas podem ser ilustradas, tendo como base as imagens, e os textos funcionam como acessório, especializadas que tem um público segmentado e de informação, com conteúdos mais trabalhados tendo como base o factual, mas geralmente evoluindo para o jornalismo interpretativo ou investigativo.

As fontes são de grande importância para um bom texto de revista, entrevistar especialistas e testemunhas do assunto em questão, pesquisar o assunto entender o contexto para transmitir um retrato completo do tema que se está abordando.

Uma revista tem obrigação de acompanhar o fato e ir além dele. Tem de municiar o leitor com informações sobre o que tal fato está indicando, que tipo de mudanças e o que ele realmente significa. Não pode, por isso ter a prevenção de dar a palavra final. Deve dar pistas ou até mesmo mais uma interpretação de acontecimentos (BOAS, 1996, p.74).

No jornalismo de revista a humanização do texto passa as impressões do repórter/redator entre o leitor e o acontecimento. Para Boas (1996) o jornalismo de revista para sobreviver jamais poderá ser superficial ou distante do leitor.

Outra característica no jornalismo de revista é a definição do público alvo, Scalzo (2008) afirma que a revista bem focada é aquela que tem sua missão clara e concisa, cujos jornalistas sabem exatamente para quem escrevem, e trabalham para atender às necessidades ditadas pelos leitores.

Segundo Scalzo (2008),

A credibilidade de uma revista, afinal é seu maior patrimônio, é ela quem gera bons negócios e traz dinheiro para a revista. Cultivá-la é, portanto, uma opção estratégica. Mas a credibilidade cobra seu preço. Além de custar dinheiro— é preciso ter cacife para eventualmente, fazer se firme e recusar certos anúncios —, custa eterna vigilância (SCALZO, 2008. p. 84).

Para que as revistas sobrevivam, não depende apenas da venda de suas edições, grande parte do seu custeio vem da publicidade contida na revista, mas é preciso ter um equilíbrio entre as matérias e a publicidade.

## 6.2 JORNALISMO CULTURAL

Uma alternativa deste veículo é a segmentação, ou seja, selecionar conteúdos a partir de públicos segmentados por gênero, idade, classe social ou interesse. Dentro dessa perspectiva, o segmento cultural contempla uma fatia importante do mercado de revista.

O conteúdo deve atender as expectativas do público, Para Scalzo (2008) é na revista segmentada, geralmente mensal, que de fato se conhece cada leitor, sabe-se exatamente com quem se está falando.

Segundo Piza (2008), cultura não é apenas o erudito, o que se apresenta culto, mas também o pop, o popular. A cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens.

O jornalismo cultural está voltado a expressões artísticas, atividades como música, teatro, rituais religiosos, danças, arquitetura, etc. não deve se limitar a temática de lançamentos de CDs, livros e exposições de artistas consagrados. É importante compreender a obra cultural em questão, fazer uma análise crítica.

A função do jornalismo cultural é revelar de forma clara e acessível que, em toda grande obra, de literatura de poesia, de música, de pintura, de escultura, há um pensamento profundo sobre a condição humana (MORIN, p. 45, 2001).

O jornalismo cultural presta um serviço muitas vezes de divulgação, com a divulgação de shows, filmes em cartaz, peças de teatro, o jornalista tem uma função social de fazer chegar a muitos, o que estava restrito, retratar a cultura como algo para todos, mostrar o que está acontecendo na cidade, região no país. Para Piza (2008), o jornalista precisa ter noções básicas de história da arte, alterações nos conceitos artísticos ao longo da história, tendências culturais e relações com filosofia, semiótica e teorias para contextualizar sua pauta.

E quanto à realidade do jornalismo cultural, hoje, a cultura é tratada como mercadoria a maioria dos produtos, são encaminhados para as redações com todas as informações necessárias, acabam sendo publicado o que se torna mais fácil de produzir deixando de ampliar a visão cultural do público, por isso o jornalista precisa ficar atento.

É preciso ficar atento a preção das grandes editorias, gravadoras, tvs, que envolve CDS, livros e releases, e não ceder ao populismo cultural produzindo um discurso já pronto. Como afirma Piza (2008), o jornalismo cultural anda se sentindo pequeno demais diante do gigantismo dos empreendimentos e dos “fenômenos de audiência”.

Não tem nada mais adequado para falar de Cultura que uma revista, por abranger fotos, crônicas, poemas, artigos e ter um texto mais crítico. A revista prima pela análise mais elaborada, disponibilizando mais espaço aos temas abordados em suas páginas.

## 7 CRONOGRAMA

| ATIVIDADES                           | JULHO | AGOSTO | SETEMBRO | OUTUBRO |
|--------------------------------------|-------|--------|----------|---------|
| <b>Orientação</b>                    | X     | X      | X        | X       |
| <b>Revisão Bibliográfica</b>         | X     | X      | X        |         |
| <b>Elaboração do projeto Gráfico</b> | X     | X      | X        |         |
| <b>Pautas e matérias</b>             | X     | X      | X        |         |
| <b>Diagramação</b>                   |       |        |          | X       |
| <b>Revisão final</b>                 |       |        |          | X       |
| <b>Apresentação do projeto</b>       |       |        |          | X       |



## 8 DETALHAMENTO TÉCNICO

### 8.1 PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL

Hoje com o advento da internet e o surgimento de blogs e revistas online, foi preciso além de um bom texto buscar mais atrativos para o leitor, por isso é essencial uma elaboração de um projeto gráfico que seja diferente e com características próprias, onde o leitor perceba a identidade visual da revista.

O projeto gráfico e editorial de uma revista é a ferramenta responsável por definir a tipografia, esquemas de cores, formas e demais elementos, a partir daí começa o processo de diagramação que consiste na harmonização desses elementos em um na página, Collaro (2000) ressalta “a justaposição dos elementos de uma pagina deve apresentar um designer tão atraente que seja capaz de incitar a leitura”.

Diagramar é desenhar previamente a disposição de todos os elementos que integram todas as páginas do jornal ou revista. É ordenar, conforme uma orientação predeterminada, como irão ficar, depois de montados e impressos, os títulos, as fotografias, os anúncios, os desenhos, e tudo mais a ser apresentado e outras especificações complementares (ERBOLATO, 1981, 54).

O projeto gráfico da revista “Inside” foi pensado para adequar todos os elementos a proposta da revista, criando uma identidade visual característica, segundo Marcelli (2006, 07) “Existe uma estrutura pré-definida à qual o projeto deve adequar-se, mas que não o impede de estabelecer uma identidade forte à publicação“. O resultado foi uma revista que contém 40 páginas, com 20 cm de altura por 26,5 cm de largura.

### 8.2 LINGUAGEM VISUAL

As fotografias são elementos essenciais em uma revista, hoje a fotografia começou a ser usada como um meio e transmissão de mensagem, ganhado credibilidade entre os leitores ela tem um papel importante na comprovação dos fatos, se tornando parte integrante do designer de mídias impressas.

Se a imagem usada para uma certa mensagem não é objetiva, tem muito menos possibilidades de comunicação visual: é necessário que a imagem usada seja legível para todos e por todos da mesma maneira; caso contrário, não há comunicação, alias não há ne mesmo comunicação: há confusão visual (MUNARI, 1968, p.16).

É importante ter um diálogo entre a imagem e o texto para que a mensagem seja passada ao leitor, essa junção faz a narrativa ganhar notoriedade, a “Inside” incluiu em seu projeto gráfico imagens que possibilitam ao leitor uma maior compreensão.

No nome da revista (figura 1), utilizamos a fonte *Lethar Gotic Std, Bold*, tamanho 77. Utilizamos um fundo amarelo em cada caractere para realçar e contrastar com a imagem, destacando assim, o nome da revista.

Figura 1



Na matéria “Malucos de Estrada”, as imagens dos trabalhos artísticos (figura 2) complementam a história levando ao leitor maior entendimento de como eles vivem.

Figura 2

# Malucos de Estrada

Um caminhar, uma definição

**A arte**  
Materiais artesanais elaborados pelos malucos são vendidos em praças públicas.

**Rafael Lage**  
Artista de rua

“o maluco é um canibal cultural, um antropófago. Seu caminhar, sua rota o define...”

como os seus quintais. Segundo eles, para ser maluco tem que ter coragem, tem que ter atitude. Muitas vezes insatisfeitos com a vida que lhe é imposta, cada vez mais descontentes da sociedade que valoriza apenas o poder, eles buscam uma forma de libertação, tanto espiritual como material. É na estrada, apesar de suas dificuldades, que eles a encontram. “O maluco é um canibal cultural, um antropófago. Seu caminhar, sua rota o define. As culturas com as quais têm contato, as diferentes pessoas que atravessam seu caminho, as geografias que ele percorre, tudo isso cria um ser único, paradoxal e multifacetado”, explica o diretor do filme “Malucos de Estrada” Rafael Lage, do coletivo Sereza da Margem. Desapegados do material, os malucos sobrevivem através do artesanato e com o que para eles é essencial. João Roberto diz que “às vezes a gente encontra carcaça de animal na estrada e pega pra fazer material, na natureza nada se perde”. Os malucos vestem o que lhes deixam bem, colares, brincos, anéis feitos por eles ou algum da tribo. Dentro do movimento eles se aceitam como “família”, independente de gênero, raça ou religião. O ato de compartilhar é primordial para a união dos membros. Segue através de ensinamentos, comida, bebidas, etc. Aqueles que não o fazem são mal vistos pela tribo. Infelizmente, não só na nossa cidade, mas em todo o Brasil os malucos de estrada ainda sofrem bastante preconceito. Grande parte da sociedade os julga sem ao menos conhecer quem são e quais são as histórias dessas pessoas. Porém, quando o diálogo é iniciado e as histórias começam a ser contadas, o muro do preconceito que lhe impedia de olhar adiante desaba sob seus pés e você emerge uma longa estrada cheia de malucos satisfeitos por estarem livres.

14

15

Duas das nossas matérias também foram publicadas na revista baraúnas (publicação do estagio supervisionado da Universidade Estadual da Paraíba), “máximas expressão” (figura 3) e “vamos fazer rock’n’roll” (figura 4).

Figura 3



Figura 4



### 8.3 TIPOLOGIAS

A tipologia é considerada um dos principais elementos da comunicação visual, o uso correto da tipologia dá a revista uma aparência mais agradável, a escolha de qual tipo vai usar como suas variações expressam a característica visual da publicação.

O uso da tipografia correto é importante porque ela é o fator fundamental para que aja um entendimento no que está sendo passado e precisa está em acordo com a fotografia. Conforme Collaro (2000), as imagens nos dão uma perfeita visão dos fatos, porém a complementação mediante códigos grafados é fundamental para completa veiculação de qualquer mensagem.

No projeto da revista “Inside” optamos por usar uma variação nos títulos adequando cada titulo a matéria, quanto às tipologias apresentam formas variadas.

Na matéria sobre o skate (figura 5) usamos a fonte Segoe UI, Bold (tamanho 54), na cor azul por tornar um visual mais agradável.

Figura 5

**Skate:  
Estilo de vida**

Na matéria sobre a banda “Overlloud” (figura 6) foi usado a fonte Impact, Regular, tamanho 72.

**Figura 6**

**Overlloud**

Na matéria “Campina Undergrund” (figura 7) foram usadas variações nas fontes, na palavra “campina” usamos a fonte Candara Regular, tamanho 36 e destacando a palavra underground usamos Bookman Old Style, Bold tamanho 40, a cores preta e vermelha foram usadas por serem comuns no estilo Rock.

**Figura 7**

**CAMPINA  
UNDERGROUND**

Nas matérias “Vamos fazer Rock’n Roll” (figura 8), “A Sociedade Secreta do Spray” (figura 9), “Movimento Ocupaçude” (figura 10), “A máxima expressão” (figura 11), e “Sentimentos em Esculturas” (figura 12), optamos por usar a mesma fonte Segoe UI, variando entre Bold/Light, apenas variando os tamanhos para se adequar a cada matéria, entendemos que essa variação é importante para tornar a leitura mais agradável.

**Figura 8**

**Vamos fazer  
ROCK’N ROLL**

**Figura 9**

A Sociedade “Secreta” do  
**Spray**

Figura 10

# Movimento OcupAçude

Figura 11

## “A máxima expressão”

Figura 12

## Sentimentos em esculturas

### A arte à flor da pele de Petrus Vinícius

Na matéria, “Malucos de Estrada” (figura 13) optamos pela simplicidade com a fonte Segoi Regular, tamanho 95 para se adequar ao restante do texto.

Figura 13

# Malucos de Estrada

No corpo dos textos usamos a fonte (figura 14) Segoe UI Light, tamanho 11 com variações entre o número de colunas de acordo com a diagramação da matéria.

Figura 14

**P**etrus Vinícius é um artista plástico natural de Campina Grande, Paraíba. Ele tem 36 anos, e há cinco trabalha com arte, mas há quatro anos desenvolve um trabalho com esculturas feitas com papel machê, o que é sua especialidade. Petrus já experimentou outras técnicas, como pintura e xilogravura, hoje também tenta aprimorar outras

modalidades artísticas, como trabalhar com argila e com a arte performática.

Antes de iniciar sua carreira como artista, era confundido como tal nos grupos sociais que costumava estar. Seu referencial como pessoa veio da boemia, e dentro da boemia chegou a conhecer diversos artistas, e as pessoas sempre lhe perguntavam se

era músico, se trabalhava com arte ou coisa do tipo. Ele diz que sempre gostou de muitos setores da cultura, mas que nunca teve vocação para nenhuma das áreas.

Em 2009 viajou para Belém do Pará, para o Fórum Social Mundial, já decidido em, logo que terminasse o evento, pegar a estrada e “mochilar”. Então, como

Nos sutiãs (figura 15) optamos pela fonte Segoi Ui Light, variando apenas os tamanhos entre as fontes.

**Figura 15**

SURGIU COMO UMA BANDA COVER, MAS AGORA POSSUEM UM SOM BARULHENTO E AUTORAL. ESSA É A BANDA OVERLLOUD, CRIADA POR ESTUDANTES CAMPINENSES APAIXONADOS POR HEAVY METAL. HOJE, O GRUPO FAZ PARTE DO CENÁRIO ALTERNATIVO EM CAMPINA GRANDE. CONFIRA MAIS SOBRE A HISTÓRIA DA BANDA:

No olho das matérias (figura 16) a fonte Candara Regular, tamanho 21 com variações de cores, para se adequarem as matérias como o azul (figura 17) contrastando com o azul usado em toda a matéria.

**Figura 16**

"tive a arte  
como suporte  
para continuar  
a existir"  
**Petrus Vinícius**  
Artista Plástico

**Figura 17**

"tive a arte  
como suporte  
para continuar a  
existir"  
**Luiz Barroso**  
Artista Plástico

Nas legendas das fotos (figura 18), utilizamos a fonte Candara Bold/Regular, com o título da legenda em tamanho 17 e o texto em tamanho 15.

**Figura 18**

**Terapia**  
Erik usa a pintura  
como válvula de  
escape.

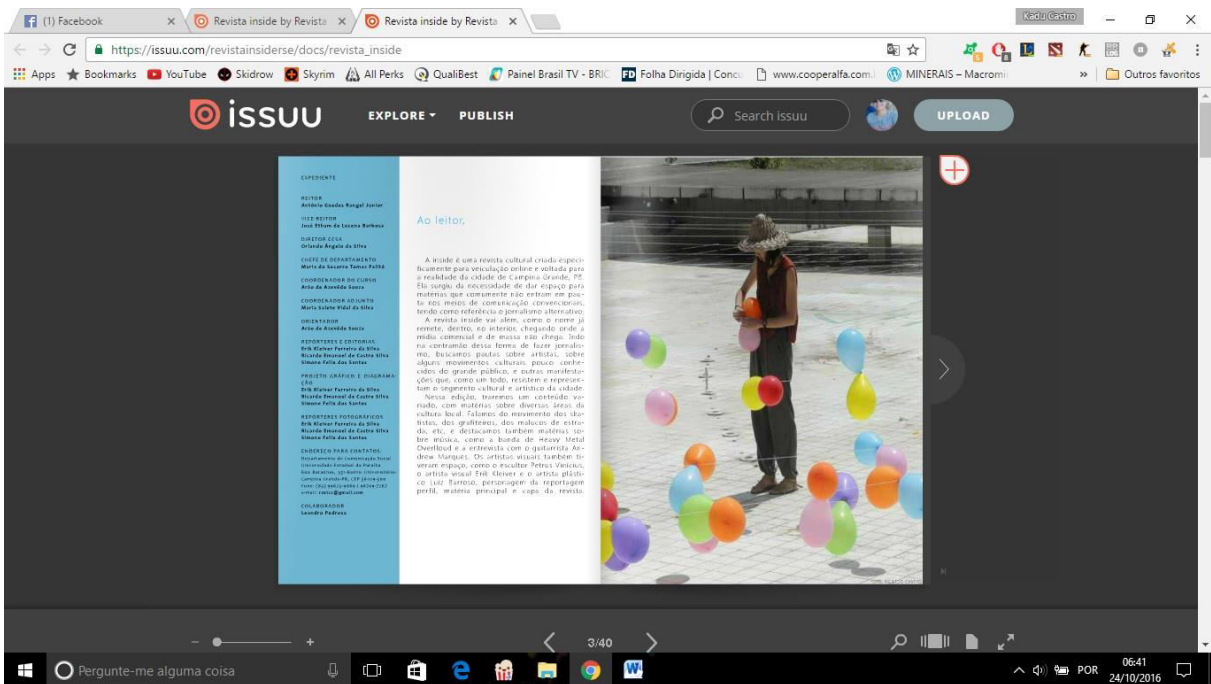
Nos créditos (figura 19) das fotos usamos a fonte Segoe UI, Ligth tamanho 7.

Figura 19



Páginas iniciais da revista vista através da plataforma “Issu” (figura 20) link direcionado para a revista: [issu.com/revistainsiderse/docs/revista\\_inside](https://issuu.com/revistainsiderse/docs/revista_inside).

Figura 20



## 8.4 CORES

A cor é muito importante no designer gráfico e editorial, pois, ela transmite significados e sensações e atrai a atenção do leitor, é necessário saber escolher pra que entre em harmonia com o texto. Para Guimarães (2003) a cor pode ser utilizada como parcimônia e nos espaços que lhe deem significância e, efetivamente, natureza comunicativa.

Optamos por usar cores variadas nos títulos de acordo com a temática abordada, pois entendemos que a combinação das cores com as fotos torna a publicação mais atraente, como no caso da matéria com o artista plástico Barroso onde o azul, no background do texto está se comunicando com o tom azul da foto (figura 21).

Figura 21



No caso da matéria “Campina Underground” (figura 22) houve uma predominância do preto em contraste com o branco e vermelho remetendo ao cenário do rock e do underground.



Figura 22

**Música**

## CAMPINA UNDERGROUND

CAMPINA GRANDE É CONHECIDA COMO A CIDADE DO FORRÓ, DO MAIOR SÃO JÓÃO DO MUNDO. MAS NEM SO DE FORRÓ VIVE A CIDADE. O CENÁRIO UNDERGROUND VEM EM CONSTANTE CRESCIMENTO COM BANDAS QUE FAZEM SUCESSO NACIONAL E INTERNACIONALMENTE. CONHEÇA ALGUMAS BANDAS QUE FAZEM PARTE DESSE CENÁRIO ALTERNATIVO CAMPINESE.

Simone Felix

### BAKAMARTE

Formada em Campina Grande em janeiro de 2015 a banda pretende difundir seu som e sua identidade musical e conquistar o público, especialmente o alternativo, a partir da sua originalidade e autenticidade. A banda tem como característica principal a dialética entre ritmos e gêneros genuinamente nordestinos, como viola, baião, coco, frevo e maracatu, e outros gêneros que compõem as playlists do grupo, a exemplo do Rock, Reggae, Blues, Samba-rock e Soul. A banda surgiu a partir da ideia de tocar canções da Música Popular Popular Nordeste, que eram ouvidas pelos pais e avós dos idealizadores da banda, dando a elas a cara da geração atual de músicos, introduzindo naquelas músicas guitarras distorcidas, pedal duplo e um baixo rasgado. A Bakamarte é uma banda autoral, tendo lançado o seu EP homônimo, com cinco faixas, em 2016. O álbum teve imediatamente uma repercussão positiva entre os músicos do cenário alternativo da cidade, e pretendem disseminá-lo pelo Brasil e pelo mundo. O grupo leva consigo uma forte referência à cultura popular através de meios linguísticos e estéticos. Esse é um dos motivos pelos quais a banda vem se destacando no cenário musical em que surgiu, havendo se apresentado no Grito Rock + Nova Consciência, evento de grande magnitude para a cidade. A banda é formada por Lucas Barreto (Vocal / Guitarra), Breno Felge (Guitarra / Teclado), Matheus Almeida (Guitarra), Vinicius Vasconcelos (Baixo), Renato



FORO IMAGIÇÃO

### NOTURNA RÉGIA

A banda surgiu em 2011 no cenário Dark/Gótico em Campina Grande, cenário esse bastante influente no Nordeste. A formação atual da banda preza por sonoridades em sua música próximas do Darkwave, Gothic Rock, Electropop e afins. Tendo como suas principais influências musicais grandes nomes da subcultura nacional e mundial, em especial bandas da nostálgica década de 80. Com letras autorais cantadas em português possuindo um repertório bastante variado tendo em suas letras inicialmente temas como: criaturas mitológicas, cotidiano numa visão sombria, sentimentos intensos, sexualidade entre outros. Uma das suas principais características são refrões fortes fundidos num som calcado no sinistro. O mais recente EP lançado pela banda "Artemisia" lançado em 2016 conta com 3 faixas autorais. Abanda é formada por Daniel Divil (Vocal), Thiago Macedo (Contrabaixo), Rodolfo Tiete (Guitarra/Backing Vocal), Valério Soffert (Guitarra/Backing Vocal), Max Phantom (Programação).



FORO MARCOPALMA

### NEW BAND

Banda campinense surgiu em 2010, fundada por Diego Guimarães (Vocal/Guitarra) e Eduardo Silva (Bateria), a NEW BAND é uma das novas promessas do Thrash Metal nacional, com um som agressivo que traz influências de vários nomes dos anos 80, Gustavo Edny (Guitarra) e Glaysson Soares (Baixo) completam o grupo. Um dos destaques da banda é a música "Paralba World", tanto o vídeo clipe como a canção é uma homenagem por parte da banda para o estado da Paraíba, o vídeo clipe foi gravado contracenando imagens dos músicos da banda New Band com os monumentos de Luis Gonzaga e Jackson do Panfiteiro em Campina Grande.



FORO DE FERREIRA

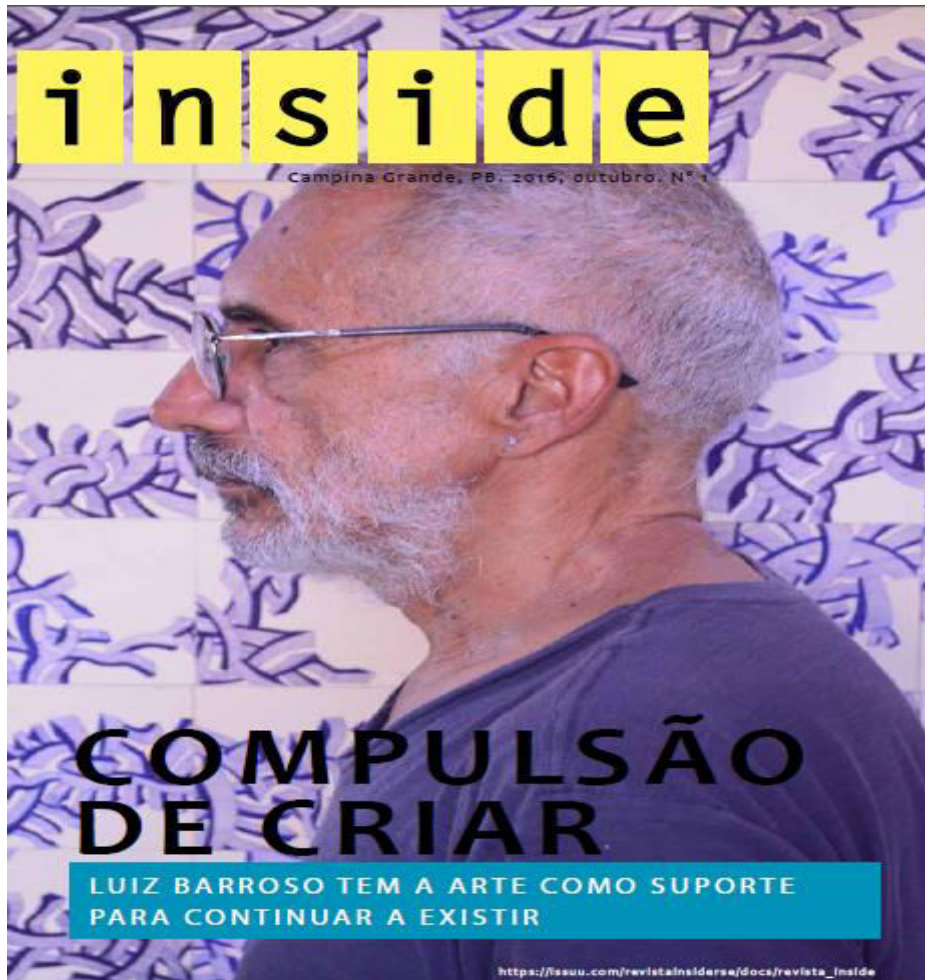
## 8.5 CAPA

A capa da revista é o primeiro contato do leitor, logo precisa ser atrativa e tenha elementos que chamem a atenção do mesmo, é ao olhar a capa da revista que o consumidor decide se quer ler ou não.

A capa é o cartão de visitas e a apresentação da revista: nas bancas, oferece-se ao público o primeiro elemento de atração e de julgamento. Muitas pessoas são levadas a adquirir o semanal exatamente porque os gostos destas revelam-se na escolha da capa (RIBEIRO, 2007, p. 446).

Utilizamos a foto do artista Luiz Barroso (matéria principal) para ilustrar a capa (figura 23), usamos cores que se harmonizam e deixamos o azul destacar-se, pois, é a cor predominante da revista.

Figura 23



## 9 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

Inicialmente o projeto era criar uma revista cultural voltada para o público campinense, mas, a partir da orientação do Professor Arão Azevedo, que nos instruiu a segmentar para um público específico a revista, nos sugerindo algumas opções como cultura pop, alternativa e underground. Foi daí que veio a ideia da Revista, voltada para a cultura Pop e Underground campinense.

Para o segundo encontro com o orientador, no mês de julho, foram elaboradas algumas sugestões de pauta, e, traçamos qual seria o foco das matérias e seus direcionamentos, prezando por temas que fossem de total relevância cultural, mas que não eram encontrados facilmente, ou nunca, noticiados nas mídias convencionais.

O professor Arão Azevedo foi de fundamental importância na elaboração e junção das ideias que, somadas às leituras e a uma bagagem herdada durante anos no Curso de Jornalismo, trouxe à tona novas pautas, e um novo apoio para o projeto (Erik), que atentamente pontuou acerca da temática da revista, onde o Pop e o underground são dois extremos de uma mesma realidade e que seria mais viável optar apenas por um segmento. O que foi acordado também com o orientador, e a proposta de uma revista voltada para a cultura “alternativa”, foi aprovada. A partir daí, ao delimitar a linha editorial da revista, os devidos cortes foram feitos, e algumas matérias produzidas focadas na proposta adotada. Tivemos também a colaboração de um aluno da UEPB, estudante de Jornalismo, Leandro Pedrosa, com a crônica “A conversa do Espaço”.

As redes sociais foram de grande importância para a elaboração de pautas, tanto para manter contato com as fontes, como para a coleta de informações adicionais. Outra ajuda foi o empréstimo da câmera fotográfica disponibilizada pelo curso.

Com o tema e a proposta em mãos, iniciou-se o processo da revista, no final de setembro, e a nova pauta era escolher um nome para a revista. Surgiram duas opções “Inside” e “Alternativa”, optando pela primeira opção.

Depois da escolha do nome e com as matérias todas concluídas, demos início a edição gráfica da revista “Inside”, tivemos outros encontros com o Prof. Arão, que nos deu dicas de diagramação importantes, para organizarmos e darmos identidade à revista. Terminamos todo o trabalho de edição gráfica, começamos a enviá-las para a correção. Após todas as correções serem feitas, publicamos a revista na plataforma *issuu*, finalizando o projeto.

## **10 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao percebermos que o cenário cultural campinense mostrado na mídia era muito restrito, pensamos em desenvolver algo que pudesse refletir a cultura alternativa da cidade. Foi então que surgiu o projeto da revista “Inside” com o objetivo mostrar Campina Grande pelo olhar das tribos que fazem a chamada contracultura. Diferente de outras mídias a revista

é um instrumento de comunicação que permite um texto mais elaborado, permitindo mais liberdade em suas publicações, a “Inside” valoriza a cena artística e cultural da cidade com reportagens diferentes e atrativas.

Como todo início, alguns obstáculos foram encontrados pelo caminho, mas, nada que a persistência e uma primorosa orientação, não superassem as adversidades. Enfim, pudemos visualizar o fruto do trabalho em equipe e entender que o final é sempre melhor que o começo, e que a cada linha escrita podemos melhorar mais.

A elaboração da revista “Inside” foi para nós um grande aprendizado, por possibilitar usar na prática tudo que aprendemos ao longo desses cinco anos no curso de Comunicação Social-habilitação em jornalismo. Acreditamos que o jornalismo contribui para o desenvolvimento de um mundo mais humano. Assim, o jornalista pode contribuir na evolução do voluntariado e desenvolvimento social.

## 11 REFERÊNCIAS

BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo Magazine: o texto em revista.** São Paulo: Editora Summus, 1996.

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação.** São Paulo, Editora Summus, 2000.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo gráfico: técnicas de produção.** São Paulo: Loyola, 1981.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo.** São Paulo: Annablume, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; Marconi, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1985.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico.** (10ª ed.) Brasília: LGE Editora, 2007.

MARCELI, Tathiana. **Design de Jornais.** Rio de Janeiro: Edit Impress, 2006.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2001.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. Lisboa: Edições 70, 1968.

NATANSOHN, Graciela (Org.). **Do papel às telinhas**. Salvador: EDUFBA, 2013.

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

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2008.

VELOSO, Maria do Socorro. **Imprensa, poder e contra hegemonia na Amazônia: 20 anos do Jornal Pessoal (1987-2007)**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), ECA- Escola de Comunicações e Artes, USP - Universidade de São Paulo: São Paulo, 2008.