



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DECOM
CURSO DE BACHARELADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**ALYNE DA SILVA ROMERO
DESIRÉE BARBOSA DE LUCENA**

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

**CAMPINA GRANDE, PB.
2013**

**ALYNE DA SILVA ROMERO
DESIRÉE BARBOSA DE LUCENA**

REVISTA DECOM

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em **Comunicação Social** da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau Bacharela em Comunicação Social

Orientador: Prof. Ms. Arão de Azevêdo Souza

CAMPINA GRANDE, PB
2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA I – UEPB

R763r Romero, Alyne da Silva.
Revista DECOM . [Manuscrito]./ Alyne da Silva Romero,
Desirée Barbosa de Lucena. – 2013.
32 f. :il. Color

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba,
Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2013.

“Orientação: Prof. Ms. Arão de Azevêdo Souza,
Departamento de Comunicação Social”.

1. Jornalismo. 2. Projeto gráfico. 3. Revista Decom. 4.
Comunicação. 5. Histórico I. Lucena, Desirée Barbosa de. II.
Título.

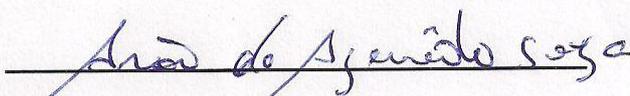
21. ed. CDD 070.4

**ALYNE DA SILVA ROMERO
DESIRÉE BARBOSA DE LUCENA**

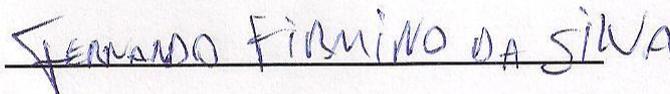
REVISTA DECOM

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em **Comunicação Social** da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau Bacharela em Comunicação Social.

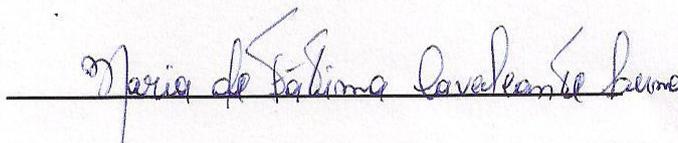
Aprovada em 05/09/2013.



Prof. Ms. Arão de Azevedo Souza / UEPB
Orientador



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva / UEPB
Examinador



Prof. Ms. Maria de Fátima Cavalcante Luna / UEPB
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus e à Nossa Senhora por nos proporcionar esta graça, nos iluminar nas horas difíceis e nos dar força para prosseguir com a longa caminhada.

Em especial aos nossos pais e irmão, pelo apoio incondicional e carinho, por sempre confiarem em nosso potencial, nos incentivando a fazer o nosso melhor e acreditar nos nossos sonhos.

Aos nossos, namorado e marido, pela ajuda, serenidade e compreensão em toda esta difícil trajetória.

Ao nosso orientador Arão de Azevêdo Souza, por sua paciência e enorme contribuição em relação ao nosso aprendizado, com ensinamentos importantes para a realização desse trabalho.

Aos nossos familiares e amigos que participaram, direta ou indiretamente, nos apoiando, seja com palavras ou ações, que contribuíram para a realização desse projeto.

Enfim, a todos que acreditaram na realização desse sonho.

Obrigada!

RESUMO

A revista é um produto que possibilita uma maior liberdade de produção no que diz respeito ao formato, disposição de textos e imagens. Partindo dessa premissa, a Revista Decom surgiu como ideia de apresentar uma edição especial para comemorar os 40 anos do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Com a proposta de mostrar a importância social e cultural do mesmo dentro do contexto da própria comunicação, buscou-se levar aos leitores conhecimento, conceitos, entretenimento e opiniões referentes ao curso, enfatizando relatos e experiências dos que fizeram da arte de comunicar parte de suas vidas.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, Projeto Gráfico, Revista Decom, Comunicação, Histórico.

ABSTRACT

The magazine is a product that enables a greater freedom of production regarding to the shape, layout of text and images. Starting from this premise, the Decom Magazine emerged as the idea of presenting a special edition to celebrate the 40th anniversary of Social Communication course with specialization in Journalism from the Universidade Estadual da Paraíba. With the purpose of showing the social and cultural importance of it within the context of the communication itself, it was aimed to bring to the readers knowledge, concepts, entertainment and opinions relating to the course, emphasizing the stories and experiences of those ones who have made the art of communicating part of their lives.

KEYWORDS: Journalism, Graphic Design, Decom Magazine, Communication, History.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Página da matéria Decom 40 anos – pág. 18
- Figura 2 – Sumário e Dicas de Livros – pág. 18
- Figura 3 – Nome da revista – pág. 19
- Figura 4 – Editoria e numeração – pág. 20
- Figura 5 – Título Carreira acadêmica – pág. 20
- Figura 6 – Título Arte e Cultura – pág. 20
- Figura 7 – Título Uma nova realidade – pág. 21
- Figura 8 – Título Profissão Jornalista – pág. 21
- Figura 9 – Subtítulo – pág. 21
- Figura 10 – Tipologia e tamanho do texto – pág. 22
- Figura 11 – Título Decom 40 anos – pág. 23
- Figura 12 – Título Novo Plano Pedagógico – pág. 23
- Figura 13 – Título Arte e Cultura – pág. 24
- Figura 14 – Layout Artigo – pág. 24
- Figura 15 – Layout matéria Profissão Jornalista – pág. 25
- Figura 16 – Box – pág. 25

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
2	OBJETIVOS	11
3	JUSTIFICATIVA	12
4	ORÇAMENTO	14
5	CRONOGRAMA DE ATIVIDADES	15
6	DETALHAMENTO TÉCNICO	16
	Projeto Gráfico e Editorial.....	16
	Projeto Gráfico e Editorial da Revista Decom.....	17
	Tipologias.....	19
	Cores.....	22
7	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO	26
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
9	REFERÊNCIAS	29

1. INTRODUÇÃO

A revista é um meio de comunicação que se distingue dos demais pelo formato, disposição de textos e imagens, conteúdo abordado e, principalmente, no que se diz respeito à abordagem dos assuntos, nas matérias, permitindo a produção de textos mais criativos e interpretativos que utilizem recursos estilísticos como o uso de cores, imagens vazadas, valorização do espaço em branco, etc. Desta maneira, a *Revista Decom* foi pensada a partir da ideia de apresentar uma *Edição Especial* de uma temática específica.

O presente relatório detalha o processo de criação e produção do produto midiático na modalidade de *revista*, resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). A *Revista Decom* surge como uma proposta comemorativa a fim de rememorar a história do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, bem como sua importância social e cultural dentro do contexto da comunicação no estado da Paraíba, visto que o Curso de Comunicação social completa em 2013, 40 anos de sua fundação.

Além de um veículo de informação, a revista pretende ser um espaço de socialização de saberes e debates, buscando levar aos seus leitores, conhecimento, conceitos, entretenimento e opiniões sobre assuntos referentes ao curso.

A pesquisa sobre os detalhes de histórias que fizeram parte desses 40 anos contribui para que os leitores percebam e entendam as mudanças que ocorreram desde então, também abordando temáticas atuais como os eventos promovidos pelo departamento, projetos de extensão, nova grade curricular, mudanças no trabalho de conclusão de curso, mercado de trabalho, etc.

Vale salientar que mais que simplesmente dar detalhes ao leitor sobre dados técnico-estatísticos sobre o curso, buscou-se neste produto midiático enfatizar relatos e vivências daqueles que fizeram do ato de comunicar parte de suas vidas, é uma forma de relevar a importância histórica deste curso que se personifica em cada

profissional que forma, em cada projeto que apresenta à comunidade. Buscou-se, da forma mais metalinguística, deixar falar aquele que por anos ensinou o valor da voz. A revista busca em última instância contar um pouco da história que de tão arraigada à história do departamento, se personifica neste.

2. OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Desenvolver um projeto gráfico e editorial e elaborar um produto midiático na modalidade Revista com a finalidade de resgatar a história do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, focando seus 40 anos de criação.

Objetivos específicos:

- Desenvolver um projeto gráfico-editorial que possa representar imageticamente, o tema da revista;
- Pesquisar sobre a criação e a fundação do curso;
- Realizar entrevistas com ex-alunos e professores da primeira turma do curso a fim de obter dados sobre sua criação e fundação;
- Identificar as mudanças ocorridas no curso ao longo desses 40 anos;
- Resgatar imagens do antigo prédio para fazer referência à sua história;
- Pesquisar sobre as atividades desenvolvidas no curso;
- Ampliar a visão dos alunos sobre informações de atividades desenvolvidas no próprio departamento, através da abordagem jornalística dos textos;
- Abordar temáticas relevantes para o conhecimento dos alunos.

3. JUSTIFICATIVA

A criação do curso de Comunicação Social foi, não somente um marco dentro da história do desenvolvimento acadêmico no estado, mas um divisor de águas no que diz respeito à transmissão de informações com seriedade e responsabilidade. O curso de Comunicação Social da UEPB foi um dos responsáveis por elevar o patamar do jornalismo em nosso estado. Pelo DECOM passaram muitos dos comunicadores que hoje levam notícias à população da Paraíba.

Assim, mais que comemorar o aniversário desse departamento que se traduz enquanto um ícone dentro do contexto acadêmico relacionado à comunicação, este produto midiático visa enfatizar sua importância cultural e social. Buscamos, através dele, mostrar também curiosidades sobre o DECOM, lançar luz sobre o cotidiano daqueles que fazem deste ambiente de trabalho e estudos, daqueles que fizeram de suas vidas parte das vigas edificantes que sustentam toda a riqueza deste departamento. Faz-se imprescindível neste momento relevar a característica histórica do curso, a forma como este esteve ligado também à história da comunicação no estado da Paraíba.

Optamos pela escolha do produto midiático na modalidade de revista pelo fato de possibilitar uma maior liberdade de produção e a oportunidade de praticarmos o que aprendemos durante todo o curso. Nessa modalidade, podemos desenvolver e por em prática nosso aprendizado em técnicas de produção de notícias, entrevistas, fotojornalismo, edição de texto e imagens, e diagramação. Segundo Vilas Boas (1996, p.71) “é preciso lembrar novamente que a revista é mais literária que o jornal no que se refere ao tratamento dado ao texto. Admite usos estéticos da palavra e recursos gráficos de modo bem mais flagrante que o jornal.”.

Além disso, a revista se caracteriza por ser um produto em que é permitida uma abordagem mais aprofundada da informação em si, podendo tratar as temáticas de forma leve e explicá-las de formas diferentes nos permitindo, assim, lançar um olhar diferente sobre determinado assunto com a atratividade,

interatividade e entretenimento proporcionados através da informação visual (composição de imagem, textos, e elementos gráficos), presente nesse produto midiático.

Outra característica da revista é a proximidade com o leitor. Por ser um veículo de informação com características próprias e linguagem intimista, a Revista torna-se um espelho onde o leitor busca se identificar.

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo. (SCALZO, 2008, p.12)

Dessa maneira, buscamos focar o conteúdo da revista para os alunos, ex-alunos, professores e profissionais ligados ao curso de Comunicação social.

4. ORÇAMENTO PRELIMINAR

Optamos por confeccionar cinco exemplares da *Revista Decom*, destinados ao orientador, examinadores da banca e suas idealizadoras. A impressão será colorida pelo fato desta destacar o projeto gráfico desenvolvido no produto. Impresso na Copiadora Experaí, utilizamos papel Couchê 170, no valor de 3,00 a página, na capa e contra-capas e papel Couchê 115, no valor de 2,20 a página, no miolo. Totalizando o valor de 63,60 por exemplar. Dessa maneira, pretendemos obter êxito na qualidade da impressão e atingir nosso objetivo de fabricação.

5. CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

ATIVIDADES	Março	Abril/Maio	Junho/Julho	Agosto	Setembro
Elaboração do Projeto	###				
Revisão Bibliográfica	###		###		
Pautas e Matérias		###	###		
Fotos e Edição			###		
Diagramação			###	###	
Revisão final				###	
Impressão				###	
Defesa TCC					###

6. DETALHAMENTO TÉCNICO

Projeto Gráfico e Editorial

Devido ao advento da televisão no Brasil por volta dos anos 1950, Jornais e Revistas precisaram se adequar para poderem competir com a nova linguagem oferecida por aquele novo meio de comunicação, com informações instantâneas e imagens atrativas. Entre as principais mudanças, destacavam-se o novo tratamento dado ao texto, que agora seguia um pouco mais leve, em relação às imagens, que começaram a aparecer com mais frequência e mais espaço nas páginas, inovações nos títulos com uso de cores e tipologias diferenciadas e uso de fios e boxes para dar mais leveza aos textos.

Dentro desta nova realidade gráfica, outros jornais brasileiros foram criando seus modelos específicos de planejamento gráfico através da diagramação que, além de vislumbrar uma nova roupagem visual, controlava de modo eficiente a produção industrial gráfica de suas edições, proporcionando acima de tudo economia e racionalidade na produção de originais (textos) nas Redações, e a composição gráfica desses originais nas oficinas. (SILVA, 1985, p. 15)

O projeto gráfico e editorial compreende todas as etapas concernentes à estruturação, planejamento e criação de uma identidade gráfica e visual de um produto. Busca-se dessa maneira, fazer com que os elementos gráficos sejam capazes de compor uma relação que possa conduzir a leitura (verbal e não-verbal) de maneira agradável e precisa. A diagramação em si, consiste em harmonizar e ordenar esses elementos gráficos em um espaço pré-determinado.

É muito difícil estabelecer um comportamento fixo de como o diagramador deve proceder ao desenhar uma página. O exercício é infinito, podendo ele com os mesmos elementos gráficos dar novas formas aos textos, fotos, títulos, legendas etc., pois as novas concepções espaciais de um determinado arranjo gráfico vão depender exclusivamente de sua criatividade. (SILVA, 1985, p.125)

Para o diagramador, além da técnica, também são necessárias a habilidade e a criatividade. Os principais elementos gráficos utilizados na diagramação são:

títulos, textos, fios tipográficos, boxes explicativos ou complementares, fotografias, cores e espaços em branco. Cabe à diagramação, organizar esses elementos de modo que se crie a identidade visual do produto, caracterizando-o com seu público-alvo. É o leitor quem vai determinar o tipo de linguagem gráfica em cada publicação e como essa linguagem vai ser utilizada. (SCALZO, 2008)

Projeto Gráfico e Editorial da Revista Decom

O projeto da *Revista Decom* foi pensado a partir da necessidade de se produzir uma edição especial de uma revista temática sobre o aniversário de 40 anos de fundação do curso de Comunicação Social da UEPB. Dentro desse contexto, procuramos desenvolver um projeto inspirado em algumas características da própria Instituição. A revista tem como objetivo alcançar o público de toda comunidade acadêmica, uma vez que a importância do curso para a Universidade é notória.

Apesar da inovação ser uma das propostas, uma de suas principais características é a padronização das colunas e cores utilizadas na revista pois, sabemos que essa padronização faz toda a diferença na identificação com o leitor.

É preciso respeitar o hábito visual do leitor, acostumado a encontrar sempre na mesma página e no mesmo lugar, o mesmo assunto ou tipo de informação. Assim, manter essa tradição e orientação deve ser uma das obrigações fundamentais do diagramador (BRAJNOVIC, apud SILVA, 1985, p. 67).

O formato escolhido foi *200 mm* de largura e *265 mm* de altura, apresentando 32 páginas. No estilo de diagramação, optamos por uma distribuição dos elementos de forma *assimétrica*, distribuídos em três colunas porque, permite mais dinâmica e quebra a monotonia dos textos e páginas mais “certinhos”.

O diagrama mais simples e o mais utilizado para as revistas é o de três colunas, que proporciona um visual trivial mais eficiente, devido à largura que comporta, geralmente, de uma vez e meia a duas vezes a tipografia adotada, o que enquadra o texto numa largura quase que perfeita em termos legibilidade. (COLLARO, 2000, p.95)

Optamos pelo uso de três colunas pelo fato desse formato proporcionar mais liberdade na hora da diagramação. Atentamos também para o fato de que no início de todas as matérias, o texto está dividido em duas colunas. A primeira um pouco mais estreita que a segunda, sendo um recurso estilístico para suavizar a massa do texto.



Figura 1

O fio pontilhado está presente na abertura de todas as matérias e como característica da revista, aparece em outras páginas também, como o sumário e as dicas de livros, por exemplo. Esse recurso foi utilizado por compreendermos que o uso de fios nas páginas proporciona uma sensação de suavização do texto.



Figura 2

Tipologias

A tipologia é caracterizada como o estudo dos elementos que constituem os tipos (fontes), ou seja, diz respeito às variações de formato, tamanho, espaçamento das letras que compõem um texto. No desenvolvimento de um projeto gráfico deve-se destacar a importância da escolha das tipologias, pois estas devem tornar o texto mais agradável e facilitar sua leitura. Conforme Collaro, a legibilidade é a qualidade que algumas famílias têm de serem lidas com maior facilidade que outras, associada à visibilidade, que é a propriedade de serem vistas com maior facilidade, associadas ao relacionamento com os demais elementos do projeto. (COLLARO, 2000).

No projeto da *Revista Decom*, optamos por utilizar algumas variações de tipologias como recurso estilístico. Para o título da nossa revista, escolhemos a fonte *Cambria*, que é a mesma usada na logo da UEPB. O mesmo acontece em relação às cores que compõem o título, pois a idéia é fazer referência à Instituição.



Figura 3

Nas editorias encontradas na parte superior das páginas, utilizamos a fonte *MarlonBookDB* no tamanho 16, sob uma linha colorida para contrastar no branco da página. O mesmo acontece com a numeração, que aparece na parte inferior da página. Além disso, essa tipologia proporciona um aspecto visualmente mais agradável.

Os títulos não são padronizados, pois entendemos que a variação de tamanho permite um melhor aproveitamento dos recursos estéticos, tornando a página mais agradável e visualmente mais atrativa. Também optamos por títulos mais curtos, porém impactantes, atraindo a atenção do leitor para o tema principal de cada matéria. Quanto às tipologias, a maioria dos títulos das matérias apresentam a fonte *Minion Pro Bold*, pois achamos a mais adequada para a leitura.

Carreira acadêmica

Figura 5

Alguns títulos sofreram variações de fontes, pois entendemos que esse recurso valoriza as matérias, tornando-as mais atrativas. Abaixo, os títulos onde as alterações foram feitas de acordo com o contexto da matéria, a estilística da página e por tornar os textos mais chamativos, respectivamente.

Arte e Cultura

Figura 6



Figura 7



Figura 8

Todos os subtítulos encontram-se padronizados na tipologia *Minion Pro Italic*, no tamanho 18. A escolha se deu pelo fato desta fonte apresentar serifa, facilitando a leitura da abertura das matérias. Atentamos para o fato de a fonte estar em itálico por dar mais ritmo ao texto, proporcionando uma leitura mais rápida.

Um resgate às memórias e histórias do curso de Jornalismo da UEPB

Figura 9

Para o corpo do texto, optamos pela fonte *Chaparral Pro* no tamanho 12. Por ser uma tipologia serifada, ela permite uma leitura mais agradável. Também pensando nisso, optamos por um tamanho maior para tornar o texto menos cansativo e mais legível.

Projeto Repórter Junino: Criado em 2005, surgiu de uma parceria entre os Professores Fernando Firmino e Agueda Cabral. Segundo o idealizador, Fernando Firmino, o Projeto Repórter Junino surgiu a partir de uma disciplina que ministrava de Novas Tecnologias. Em sua IX edição, o Projeto mobiliza vários estudantes do Curso de Jornalismo da UEFF, do Curso de Educação da UFPG, além de atrair alunos de Universidades de outros Estados também.

O Projeto funciona como se fosse uma redação online se utilizando de todos os formatos (áudio, vídeo, textos, multimídia, fotografia) e com alunos atuando em todas as áreas (pauta, editoria, reportagem, fotografia, cinegrafia). O Projeto oferece seleção para 50 alunos do Curso de Jornalismo, e garante treinamentos para realizar uma ampla cobertura de São João de Campina Grande e Região.

A participação no Projeto é um portfólio para a carreira dos alunos. Alguns depois que passam pelo projeto são facilmente absorvidos em estágios e depois, ao término do curso, vão para o mercado de trabalho. "Quase todos os novos profissionais que estão atuando na imprensa de Campina Grande, João Pessoa e de outros lugares do Nordeste passaram pelo projeto. Isso é gratificante!", completa o Coordenador do Projeto.

Projeto de Assessoria AFAE Campina Grande
Coordenado pela Professora Fátima Luna, o Projeto teve seu início há mais ou menos quatro anos. Primeiramente, o Projeto era voltado para o Vira Down, depois de dois anos foi transferido para a AFAE. Surgiu dentro do contexto da disciplina de Relações Públicas, por um esforço conjunto entre alguns alunos e a própria Coordenadora.

Os alunos tem a oportunidade de fazerem as coberturas dos eventos e datas comemorativas. Além das atividades desenvolvidas no dia-a-dia que são muito importantes como, danças, teatro, onde o Projeto contribui muito porque é responsável pelas atrações, músicos, poetas, cantores, dançarinos para abrilhantar os eventos da Instituição. No final de cada ano, os alunos fazem um levantamento de todas as atividades que foram desenvolvidas durante o ano.

Projeto Da Imprensa ao Braille
O Projeto de Extensão da Imprensa ao Braille surgiu como uma experiência de prática junto ao Instituto dos cegos, com a Coordenação da Professora Carla Borba (Professora substituta do Curso) há oito anos atrás. Consiste na produção de um Jornal impresso em Braille e em tinta e a produção de programas de Rádio. Ele envolve a

Figura 10

Todos os créditos das fotos e as legendas também estão padronizados com a tipografia *Chaparral Pro*. As legendas estão em negrito, tamanho 9 Já os créditos estão em regular tamanho 7 e só aparecem em fotografias que não foram produzidas por nós.

Cores

No design gráfico e editorial a cor é fundamental, pois quando bem usada torna-se um grande atrativo e proporciona muita eficácia na comunicação visual. O uso das cores também é um recurso imprescindível no desenvolvimento de um projeto gráfico, pois são responsáveis pelo reconhecimento do produto, já que são capazes de transmitir informações por meio de associações.

Usar a cor levando em conta os conceitos de harmonia e contraste leva o produto a atingir seus objetivos. É evidente que outros elementos formam o conjunto harmonioso, porém, a cor é um fator preponderante em comunicação visual. (COLLARO, 2000, p. 73)

Quando escolhidas de acordo com o público alvo, o produto, o objetivo a ser alcançado por ele, resultando numa combinação estética agradável, o uso correto das cores pode significar o sucesso do projeto, pois ajuda a construir melhor a mensagem no cérebro, com associações inconscientes que influenciam no entendimento e na assimilação do conteúdo. Conforme Collaro, não existe norma para determinar a utilização da cor, porém os conceitos sensitivos transmitidos em

relação à alegria, tristeza, seriedade, agitação, movimento, etc. produzem uma reação que deve ser seguida quando elaboramos um projeto. (COLLARO, 2000)

Na psicologia das cores há uma divisão fundamental das cores em quentes e frias. As cores quentes são psicologicamente dinâmicas e estimulantes. Sugerem vitalidade, alegria, excitação e movimento. As cores frias são calmantes, tranquilizantes, suaves e estáticas. Dessa forma, as cores utilizadas na *Revista Decom* fazem parte desses dois grupos, já que o nosso público e as temáticas abordadas na revista são variados.

Optamos por utilizar cores variadas nos títulos de acordo com as temáticas discutidas em cada matéria, pois entendemos que o uso da cor nos títulos os tornam mais marcantes e interessantes, chamando atenção do leitor para a abertura da matéria e conseqüentemente, à leitura. Pensando nisso, resolvemos utilizar tons inspirados nas cores do brasão e da logo da UEPB.

Nas matérias com cunhos mais sérios utilizamos nos títulos as cores preto e azul, pois são cores que passam uma sensação de profundidade emocional aliada à seriedade, como por exemplo, a matéria sobre a história de criação do curso.

Decom 40 anos

Figura 11

Escolhemos tons de amarelo para caracterizar as matérias com cunho mais intelectual, com textos mais rebuscados para dar mais leveza ao tema. Como foi o caso da matéria sobre as mudanças no projeto político do curso.

Novo Plano Pedagógico

Figura 12

Já em matérias mais descontraídas, como a matéria cuja temática são os eventos promovidos pelo curso de Comunicação Social, utilizamos o título na cor Laranja, pois é uma cor que estimula a criatividade, passando a sensação de entusiasmo e energia, que são sentimentos que estão extremamente ligados ao tema.

Arte e Cultura

Figura 13

Também utilizamos as cores em outros recursos nas páginas. As entrevistas receberam cores nos títulos e nas perguntas, também seguindo a relação tema-cor dos demais títulos. As aberturas de algumas páginas também receberam cores, como é o caso do exemplo a seguir.



Figura 14

Em uma matéria sobre a carreira e o mercado de trabalho, resolvemos utilizar na página, três recursos estilísticos para caracterizá-la de acordo com o tema. Em primeiro lugar, buscamos aplicar uma imagem de um “bloco de anotações”, pois mesmo depois do advento e das facilidades da tecnologia, esse objeto ainda continua sendo muito usado pelos jornalistas. Para compor um ambiente que

remetesse a todas as possibilidades que esse profissional pode seguir em sua carreira, utilizamos imagens de objetos que fazem parte do dia-a-dia de cada uma. Nessa página, também decidimos empregar o uso do *box* na matéria correlata, pois entendemos que esse recurso quebra um pouco da monotonia causada pela grande quantidade de texto na página.



Figura 15

Cursos de especialização, mestrados e técnicos na Paraíba

Apesar do Curso de comunicação Social da UEPB ser um dos mais antigos da Instituição, a entidade ainda não possui um Mestrado na área. Muitos alunos, em busca de mais conhecimentos para sua bagagem teórica e profissional, acabam optando por fazer mestrados em outras áreas do conhecimento. Um dos mais procurados é o Mestrado em Desenvolvimento Regional.

“É triste pensar que o curso de Comunicação Social da UEPB, com 40 anos de existência não proporcione aos recém formados um mestrado. A maioria dos profissionais em Jornalismo tem que optar por outros seguimentos de pós graduação, alguns fazem só para ter um título de mestre mesmo. Eu mesma estarei indo para outra área do conhecimento, pela ausência de um mestrado na minha área aqui na cidade. É uma pena”, afirma a Assessora de Comunicação da FIEP Elayne Halule, que terminou o curso em 2012.

Atualmente, uma possibilidade de aperfeiçoamento para o estudante de Jornalismo é o Mestrado Profissional em Jornalismo (o primeiro na linha em todo o País) pela UFPB. Criado no ano de 2012, o mestrado está com sua primeira turma, e promete promover a união entre o mercado profissional dos jornalistas e o espaço reflexivo propiciado pelo ambiente universitário. A instituição ainda oferece Pós-Graduação em Comunicação com as seguintes linhas de pesquisa: Culturas Midiáticas, Audiovisuais e Mídia e Cotidiano.

Ainda na área de especializações, o Curso ainda conta com algumas opções que são oferecidas por algumas instituições particulares. As Pós-graduações em Mídias Digitais e Mercado, Mídia e Assessoria de Comunicação, Design Gráfico (CES-REI) e MBA em Comunicação Empresarial (NASSAU).

Figura 16

7. PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

O planejamento da produção da *Revista Decom* seguiu uma sequência lógica traçada por suas idealizadoras para agilizar o processo de criação e finalização da mesma, visando o melhor aproveitamento do tempo que dispomos. Primeiramente, estipulamos os prazos para a produção com as indicações dos temas, a investigação sobre as temáticas abordadas no produto e o contato com os entrevistados. Em seguida, iniciamos as pesquisas concernentes a cada tema, visando esclarecer algumas dúvidas acerca dos assuntos, para assim, elaborar as pautas sobre cada matéria.

Depois das pautas elaboradas, decidimos checar informações e só depois iniciar as entrevistas. Nessa etapa, a ajuda do orientador foi de suma importância, pois o mesmo nos guiou em relação às fontes. Essa tarefa levou mais tempo que o esperado, uma vez que alguns entrevistados tiveram alguns problemas e acabavam adiando as entrevistas. Outro fator que atrasou um pouco o desenvolvimento do nosso trabalho foi o início da greve dos professores e funcionários da Universidade, pois ficamos impossibilitadas de prosseguir com algumas atividades como a visita à biblioteca, entrevista com alunos do curso, etc. Contudo, continuamos nosso trabalho com o apoio do orientador que nos propôs buscarmos outros métodos de entrevistas.

Uma das saídas encontradas por nós para seguirmos adiante apesar da greve foi o contato com algumas fontes através de redes sociais na internet. Não é o mais recomendado, mas dessa maneira, obtivemos resultados satisfatórios e não paramos as atividades da revista por completo.

Também enfrentamos alguns problemas na fase do levantamento de dados da história do curso. Apesar de muitas histórias desencontradas, conseguimos encontrar uma fonte que vivenciou todos os momentos desde a criação do curso até agora, o professor Raimundo Rodrigues, que nos ajudou prontamente no resgate dessas memórias.

Outra dificuldade encontrada foi em relação às imagens do antigo prédio onde funcionava o curso de comunicação. Após vários contatos com professores e alunos, conseguimos resgatar algumas imagens com a fotógrafa oficial da UEPB Paizinha Lemos e com o Assessor de Imprensa Gilbran Kalil, que foi aluno do curso.

Apesar desses percalços, a produção continuou e também encontrou várias pessoas que contribuíram muito para o desenvolvimento do projeto. Professores como nosso orientador Arão de Azevêdo, Luís Barbosa Aguiar, Luíz Custódio da Silva e Fátima Luna nos mostraram que a função do professor transcende o ato de ensinar, colaborando efetivamente com o que foi possível para tornar esta revista uma realidade. Assim como alguns alunos do curso, que também contribuíram com informações e ações que fizeram com que déssemos continuidade a esse projeto.

Sendo assim, prosseguimos com a produção das matérias e fotos. Nesse procedimento também encontramos uma dificuldade em relação ao empréstimo das câmeras profissionais do laboratório de fotografia do curso. Não foi possível fazer uso das mesmas por meras questões burocráticas.

Logo após, foi a vez de pensarmos no projeto gráfico em si, com a criação de títulos, disposição de textos e imagens na página, e na criação da identidade da revista. Dessa maneira, produzimos um esboço inicial com algumas ideias a serem desenvolvidas no projeto e o apresentamos ao orientador. Prosseguimos com algumas modificações, pois o olhar de professor orientador abriu um leque de opções, além de tirar muitas dúvidas.

Por último, nos concentramos na diagramação das matérias. Nessa etapa, assim como nas outras, também elaboramos um esboço experimental com o objetivo de mostrar nossas principais ideias ao nosso orientador. O processo foi demorado, porém gratificante. A sensação de ver todo trabalho elaborado tomando forma na página em branco foi uma das melhores sensações vivenciadas ao longo da produção e execução desse produto.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir este relatório técnico procuramos refletir a importância do produto midiático aqui detalhado como um conjunto onde o projeto gráfico e editorial, a produção dos textos e de imagens formam a identidade da *Revista Decom*. Seu desenvolvimento confirmou a quebra de paradigmas em relação ao jornalismo e afirmou nosso crescimento intelectual e profissional acerca das etapas concernentes a produção de uma revista.

Observando todo o processo de criação, produção, execução e diagramação do produto, notamos que foi possível aliar nosso conhecimento teórico com a prática exigida no competitivo mercado de trabalho, possibilitando a transformação de nossas habilidades ao longo do trabalho. A oportunidade de poder participar de cada etapa, contribuindo com cada detalhe, tanto de criação como de execução, nos trouxe uma sensação de não só fazer jornalismo, mas também pertencer de maneira efetiva a este mundo.

A revista foi imaginada com a finalidade de informar o público para que este tomasse conhecimento da importância do curso de comunicação. Foram meses pensando nos assuntos que seriam abordados, nas pautas, escrevendo as reportagens, editando as fotos, escolhendo cores, títulos, e tudo isso buscando uma relação de equilíbrio entre esses elementos. A escolha do tema também nos permitiu um olhar diferente sobre o curso. Poder conhecer um pouco mais sobre a história de criação e pessoas que fizeram parte dela, atentado para a importância não só para os alunos, mas também para todo o estado, uma vez que tantos formadores de opinião já passaram pelo mesmo.

É importante destacar o nosso ganho com a produção deste produto, pois foi muito gratificante ver tantos meses de trabalho ganhando forma e enfim, se transformando em uma revista que com certeza, terá um reflexo positivo tanto para suas idealizadoras, quanto para os seus leitores. Podemos dizer que todo o trabalho desenvolvido serviu como suporte enriquecedor para melhor relacionar teoria e prática e conseqüentemente poder ver o bom resultado como fruto de dedicação e esforço ao longo desses últimos meses.

9. REFERÊNCIAS

BOAS, Sergio Vilas. **O estilo Magazine – O texto em revista**. São Paulo. Summus, 1996.

CAULA, Pamella. **Psicologia das cores na identidade**. Disponível em: www.logovia.com.br. Acesso em: 10 de Agosto.

COLLARO, Antônio Celso. **Projeto Gráfico – Teoria e Prática da Diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

FORNASARO, Rodrigo. **As cores no Design Gráfico**. Disponível em: desenhografico.wordpress.com. Acesso em: 10 de Agosto.

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

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.