



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**HABILITAÇÃO EM JORNALISMO E EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**CÁSSIA CAROLINA DE MACEDO COSTA**  
**THAILINE MONTALVÃO DOS SANTOS**

**REVISTA GLAUBER:**

UMA PUBLICAÇÃO IMPRESSA SOBRE A HISTÓRIA, MERCADO E  
OS CAMINHOS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA BAHIA

Salvador, BA  
2019

**CÁSSIA CAROLINA DE MACEDO COSTA  
THAILINE MONTALVÃO DOS SANTOS**



**REVISTA GLAUBER:**

**UMA PUBLICAÇÃO IMPRESSA SOBRE A HISTÓRIA, MERCADO E  
OS CAMINHOS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA BAHIA**

Memorial apresentado aos cursos de graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e em Produção Cultural, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção dos graus de Bacharéis em Comunicação.

Orientadora: Prof.º Dra.º Carla de Araújo Risso.

Salvador, BA  
2019

**CÁSSIA CAROLINA DE MACEDO COSTA  
THAILINE MONTALVÃO DOS SANTOS**

**REVISTA GLAUBER:**

**UMA PUBLICAÇÃO IMPRESSA SOBRE A HISTÓRIA, MERCADO E  
OS CAMINHOS DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA BAHIA**

**BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Carla de Araújo Risso (Orientadora)**

---

**Prof. Dr. Maurício Nogueira Tavares (Avaliador interno)**

---

**Prof. Dr. José Umbelino de S. P. Brasil (Avaliador interno)**

---

Salvador, 18 de Junho de 2019

## **AGRADECIMENTOS**

### **Cássia Carolina de Macedo Costa:**

Gostaria de começar agradecendo a quem tornou o sonho desta graduação possível: minha mãe. Foi ela quem abriu mão de muitas coisas, e se esforçou inúmeras vezes, para me manter estudando em Salvador. Não existem palavras suficientes para compensar todo o amor, cuidado e incentivo que partiram dela, e que tornaram esta conquista alcançável. Minha mãe é o motivo de eu ter continuado, após todas as vezes que pensei em desistir no meio do caminho.

Agradeço também aos meus irmãos, que de alguma maneira, me motivaram e me ajudaram durante esta trajetória, que não foi nada fácil. Aos meus familiares, por todas as palavras de carinho, e principalmente à minha avó Leri, aos meus tios Sérgio, Norma, Jaci, Elielza e Didi, que já me auxiliaram em alguns dos momentos que mais precisei; à Eliede, Daliane, Dênia, Elenilson e família, que estavam lá para me ajudar quando precisei fazer uma viagem acadêmica que tinha tudo para dar errado, mas deu certo. Foram gestos que nunca serão esquecidos.

Sou grata pelos conselhos de amigos próximos, que me encorajaram e me deram ânimo em momentos de cansaço, em especial, à Cássia Queiroz e Camila, que sempre vibraram pelas minhas vitórias.

Agradeço a parceria da minha amiga e dupla deste TCC, Thailine, que esteve comigo desde o primeiro semestre e que, com toda a persistência, ajudou a transformar este produto no melhor que ele poderia ser. Obrigada ainda à Carla Risso, nossa orientadora, que nos estimulou desde os primeiros passos.

Por último, dedico este trabalho ao meu pai, a quem Deus me permitiu conviver por oito anos. Seu amor e seu bom exemplo sempre foram meus guias. Esta conquista também é por você.

## **Thailine Montalvão dos Santos:**

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, por todo esforço para que este momento pudesse acontecer, auxiliaram-me desde meus primeiros passos e em cada conquista. São os grandes incentivadores de toda minha trajetória. Sou eternamente grata por tudo que sempre fizeram por mim.

Aos meus familiares que ajudaram em minha formação acadêmica e pessoal, e principalmente, aos meus avós e a meu irmão, que incessantemente ofereceram o melhor apoio que eu podia precisar.

Aos meus melhores e poucos amigos, os quais, cada um a seu modo, ajudaram a tornar-me o que sou hoje e também colaboraram em cada passo da minha jornada, especialmente, à Querem Salomão.

Ao meu namorado, Rafael Câmara, por toda força, incentivo, e compreensão em todos os momentos. Obrigada pelos inúmeros conselhos, frases de motivação, puxões de orelha e pela paciência que teve comigo.

À Cássia Carolina, minha amiga e dupla de projeto, por toda a parceria e apoio durante este período tão importante da nossa formação acadêmica.

À Carla Riso, responsável pela orientação do nosso projeto, obrigado por compartilhar sua sabedoria, o seu tempo e sua experiência.

E, finalmente, agradeço a Deus, que me abençoa todos os dias com o seu amor infinito, e com a sua onipresença, guiou-me até aqui. Sem Ele, nada disso seria possível.

*"Todas as vitórias ocultam uma abdicação"*

(Simone de Beauvoir, 1958)

*"Seja forte e corajoso! Não se apavore nem desanime, pois o Senhor, o seu Deus, estará com você por onde você andar"*

(Josué 1:9)

## RESUMO

Este memorial pretende relatar as etapas de criação da primeira edição da revista “Glauber”, uma publicação impressa sobre as produções e mercado audiovisual na Bahia. A revista, que homenageia um dos maiores nomes do cinema baiano, Glauber Rocha, pretende ser um veículo de comunicação que traz informações, reportagens, entrevistas e diferentes conteúdos sobre as obras e projetos realizados e produzidos na televisão, cinema e internet, e a atuação de seus profissionais na Bahia. A proposta visa valorizar as criações audiovisuais feitas no estado, bem como produtores da área, que atuam em um mercado ainda em desenvolvimento na região. A revista “Glauber” pretende atingir o público que, além de se interessar por cinema, TV e produções da web, também queira acompanhar as novidades do mercado das produções baianas.

**Palavras-chave:** Revista. Glauber. Audiovisual. Produção. Bahia.

## **ABSTRACT**

This memorial intends to report the stages of creation of the first edition of the magazine "Glauber", a printed publication about the productions and audio-visual market in Bahia. The magazine, which honors one of the biggest brazilian film-maker, Glauber Rocha, intends to be a vehicle for communication that brings information, reports, interviews and different contents about works and projects produced in television, film and internet, and the performance of this professionals in Bahia. The proposal aims to value audio-visual creations made in the state, as well as producers in the area, who operate in a job market that's still under development in the region. The magazine "Glauber" intends to reach the public that, besides being interested in cinema, TV and web productions, also wants to follow the news of the production in this job market.

**Key words:** Magazine. Glauber. Audio-visual. Production. Bahia.



## LISTA DE IMAGENS

<b>IMAGEM 1</b> .....	28
<b>IMAGEM 2</b> .....	28
<b>IMAGEM 3</b> .....	29
<b>IMAGEM 4</b> .....	30
<b>IMAGEM 5</b> .....	31
<b>IMAGEM 6</b> .....	32
<b>IMAGEM 7</b> .....	33
<b>IMAGEM 8</b> .....	33
<b>IMAGEM 9</b> .....	34
<b>IMAGEM 10</b> .....	35
<b>IMAGEM 11</b> .....	35
<b>IMAGEM 12</b> .....	37
<b>IMAGEM 13</b> .....	38
<b>IMAGEM 14</b> .....	39
<b>IMAGEM 15</b> .....	41
<b>IMAGEM 16</b> .....	42
<b>IMAGEM 17</b> .....	43
<b>IMAGEM 18</b> .....	44
<b>IMAGEM 19</b> .....	47
<b>IMAGEM 20</b> .....	48
<b>IMAGEM 21</b> .....	49
<b>IMAGEM 22</b> .....	50
<b>IMAGEM 23</b> .....	51
<b>IMAGEM 24</b> .....	52

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**Facom** – Faculdade de Comunicação da

**Fapesp** - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

**FTC** – Faculdade de Tecnologia e Ciências

**LNCC** - Laboratório Nacional de Computação Científica

**TCC** – Trabalho de Conclusão de Curso

**TRE** – Tribunal Regional Eleitoral

**UESB** – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

**UFBA** – Universidade Federal da Bahia

**UFRB** – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia

**UNIJORGE** – Universidade Jorge Amado

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1 Revista Glauber .....	13
1.2 Porque abordar sobre audiovisual na Bahia .....	14
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	16
2.1 O surgimento e a expansão do audiovisual na Bahia .....	16
2.1 Valorização da cultura baiana em produtos audiovisuais .....	19
2.3 Publicações impressas .....	21
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	24
3.1 Planejamento de Pautas .....	24
3.1.1 Editorias .....	25
3.2 Produção de conteúdo .....	27
3.3 Projeto Gráfico .....	44
3.3.1 Formato .....	45
3.3.2 Marca .....	46
3.3.3 Grid .....	47
3.3.4 Tipografia .....	48
3.3.5 Texto .....	49
3.3.6 Imagem .....	50
3.3.7 Cores .....	51
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	52
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	54

## 1. INTRODUÇÃO

A revista Glauber nasceu após algumas tentativas de se criar um produto original, que se encaixasse em nossas expectativas pessoais. Sabíamos desde o começo que fazer uma revista como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) era uma maneira de se colocar em prática tudo que havia sido aprendido durante a nossa trajetória acadêmica.

A ideia de um veículo que abordasse sobre audiovisual exclusivamente na Bahia apareceu de forma espontânea; inicialmente, pensamos em falar sobre cinema e TV de um modo geral, mas já existem inúmeras publicações sobre isso. Como o assunto é amplo, precisávamos de um recorte, e o conceito surgiu através da figura que inspirou o título desta publicação.

Para falar de cinema, Glauber Rocha, considerado o maior cineasta do país, merecia um local de destaque. Pesquisar sobre a vida dessa pessoa controversa e talentosa ajudou a desenvolver uma noção, até então adormecida, de como o audiovisual produzido na Bahia é importante e ainda pouco reconhecido. A partir daí, pensamos na revista como um meio de nos aproximar de nossa própria identidade regional, e levar esse conteúdo de forma visualmente agradável e versátil, para quem quisesse ler.

Em nossa jornada acadêmica, em jornalismo e em produção cultural, desenvolvemos aptidão para a escrita e leitura com as disciplinas obrigatórias, mas com as matérias optativas também pudemos ‘passear’ por diversas outras áreas de concentração, como o próprio cinema e planejamento gráfico para revistas. Foi dentro da universidade que nos aproximamos mais da comunicação feita por baianos e para baianos, que é completamente diferente daquela produzida no eixo Rio-São Paulo — e que é foco diário da programação na TV.

Fora da faculdade, nossas experiências profissionais como estagiárias do site de notícias da TV Aratu, emissora afiliada ao SBT na Bahia, e na assessoria de comunicação do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-BA), nos possibilitou desenvolver

na prática aquilo que foi absorvido durante as aulas. Tanto na criação de pautas e reportagens para o site, quanto no contato com ferramentas de edição.

A revista Glauber pretende dar espaço para esses profissionais, que produzem conteúdo de qualidade e que prezam pela valorização da cultura baiana: tanto em linguagem como em cenografia, com territórios da Bahia como cenário de fundo para as obras realizadas. Temos um mercado forte e em expansão, principalmente com o trabalho de produtores independentes, que merece divulgação, para estreitar laços entre os próprios trabalhadores e estudantes da área.

### **1.1 Revista Glauber**

Inicialmente, a revista seria intitulada de “Claquete”, que se referia à ferramenta usada no cinema e audiovisual para identificar os planos e tomadas rodados durante a produção. No entanto, em uma breve pesquisa, descobrimos que o nome já havia sido usado em outros projetos de publicações, e descartamos. O nome “Glauber” surgiu quando foi definida a primeira matéria, que pretendia homenagear os 80 anos do cineasta. Felizmente, concluímos que se encaixaria melhor em nosso produto, já que nosso objetivo é valorizar a cultura baiana de todas as formas.

A revista Glauber pretende ter circulação trimestral e apenas na região baiana, e se propõe a ser uma ferramenta de divulgação e valorização da produção audiovisual dentro do estado. Assim como o título, que faz referência ao cineasta baiano Glauber Rocha, considerado um dos maiores do país, a revista tenta também a ter uma identidade que preze pela cultura regional, manifestando isso através da criação de conteúdo e diagramação.

Na criação de conteúdo, o foco é uma usar uma linguagem moderna, que dialogue com público alvo do veículo: jovens baianos e estudantes da área, e/ou interessados pela temática, além de profissionais e pesquisadores. A revista deve

abordar conteúdos relacionados ao cinema, TV, formatos para a web, além de valorizar espaços que de alguma forma tenham sido importantes para a produção do audiovisual na Bahia.

Em todas as edições deve ter, pelo menos, uma matéria com tema relacionado a efemérides, para lembrar e homenagear algum produto importante que já tenha sido produzido por realizadores baianos ou dentro do estado. Na primeira publicação, o veículo comemora os 80 anos do cineasta Glauber Rocha, pelo valor de suas obras na cinematografia brasileira, e como forma de justificar o merecimento de seu nome como título da revista.

O conteúdo da revista deve mesclar entre matérias sobre produtos audiovisuais mais antigos — abordando de que forma essas obras tiveram impacto na história e os desdobramentos ainda hoje —, e atuais, para que o público possa estar bem informado sobre a criação de conteúdo que movimenta o mercado nesta área. Como um veículo que compreende toda a região baiana, as matérias também devem abordar sobre a produtividade no interior do estado, e manter ainda um espaço para temáticas universitárias. O foco da revista é dar destaque às produções que enaltecem as questões culturais e regionais.

Apesar de ser uma publicação impressa, a divulgação da primeira edição da revista Glauber será feita através das redes sociais, como Instagram e Facebook, com apoio de perfis de comunicação baianos, e perfis pessoais de profissionais, pesquisadores e universitários da área que foram usados como fontes para criação do conteúdo. A divulgação também deve ser feita em alguns festivais de cinema que acontecem na Bahia, bem como eventos acadêmicos voltados para estudantes de audiovisual.

## **1.2 Porque abordar sobre audiovisual na Bahia**

O surgimento de produções audiovisuais baianas teve início ainda no século XX, a partir dos anos 50, com os primeiros filmes roteirizados e produzidos no

estado. O desenvolvimento do cinema ao longo das décadas possibilitou o surgimento de um campo sólido de comunicação na Bahia, que mais tarde iria se firmar com a criação de emissoras locais, e o aumento de profissionais e pesquisadores da área.

O início de um campo cinematográfico na Bahia acompanhou a modernização da capital, Salvador. Além de pequenos documentários gravados no estado, a produção de vários longas-metragens fez surgir um mercado de obras que tentavam priorizar a cultura e linguagem regional, ao invés de apenas consumir o que era criado no cinema norte-americano, nos estúdios de Hollywood. “A produção de cinema na Bahia pode ser associada à busca de construção de uma memória da cidade de Salvador” (CARVALHO, 2003).

Ao longo do século, o mercado audiovisual baiano cresceu bastante, principalmente com a inauguração da primeira emissora de televisão local, TV Itapoan, afiliada da TV Tupi, em 1960. A partir daí, houve o início da produção de conteúdos voltados para a TV, e a ascendência de um novo mercado na Bahia. Com a chegada da internet ao Brasil, em 1988, a criação de obras audiovisuais passa a ser mais democrática, uma vez que os próprios usuários – antes apenas consumidores de cinema e televisão –, se tornam também produtores de conteúdo.

Atualmente, a Bahia possui diversas produtoras, várias emissoras de TV locais, e criadores de conteúdo para a internet. O crescimento de profissionais na área se deve, sobretudo, aos cursos de cinema e/ou audiovisual que começaram a serem ofertados em algumas instituições de ensino superior, como a Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), Faculdade de Tecnologia e Ciências (FTC), como curso técnico em produção audiovisual na Universidade Jorge Amado (UNIJORGE), e recentemente, como concentração do Bacharelado Interdisciplinar (BI) em artes da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

A produção audiovisual baiana está na ativa, tanto com o cinema comercial e independente, com as programações para a televisão e conteúdos criados por internautas — que não são, necessariamente, profissionais ou estudantes da área —, que são lançados na web, e divulgados em plataformas de vídeos ou redes sociais.

A difusão das informações sobre o que está sendo criado se limita a sites na internet, e a revista impressa se propõe a ser uma maneira alternativa para os leitores.

“A revista impressa, uma das mais antigas mídias, possui características que a diferenciam de outros meios, não só por seu aspecto físico, mas também, pela temporalidade e expansividade que impõem à notícia. No âmbito das mídias impressas, a revista semanal ou mensal ocupa um lugar definido entre o imediatismo do jornal e a durabilidade do livro” (ROSSI, 2008, p. 13).

No Brasil, as publicações mais importantes sobre o campo cinematográfico são as revistas “Preview”, que ainda é distribuída também de forma impressa, e “Cinema”. Elas, no entanto, não são vistas como concorrentes para a “Glauber”, já que a primeira possui foco no cinema de uma forma geral, abordando também sobre as grandes produções internacionais, e a segunda é dedicada ao cinema nacional.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 O surgimento e a expansão do audiovisual na Bahia**

A produção do cinema na Bahia teve início com o chamado “Ciclo de Cinema Baiano”, marcado pelo primeiro longa-metragem “Redenção”, de 1958, dirigido por Roberto Pires. Foi a partir da década de 50 que as primeiras realizações fílmicas começaram a surgir no Estado, e ganharam força, em um mercado que até então era reduzido às gravações de pequenos documentários. A Bahia começou a desenvolver um movimento de cultura audiovisual, abrindo espaço para novos profissionais da área.

Com a expansão desse campo, surgiram renomados cineastas, a exemplo do próprio Roberto Pires e Glauber Rocha, que, mais tarde, se tornaram referências na



cultura baiana. O desenvolvimento da produção audiovisual acompanhou o processo de modernização do Estado, em especial na capital, Salvador, dentro de um ambiente favorável para as novas manifestações artísticas.

“A ideia corrente, muito difundida pela imprensa local, era a de que Salvador, por sua história, situação geográfica privilegiada e rica tradição cultural, seria a única cidade brasileira com possibilidades de tornar-se uma síntese do país, uma referência do Brasil para o mundo. E o Cinema teria um papel importante na construção daquele sonho de fazer da Cidade da Bahia a capital cultural do país” (CARVALHO, 2003).

Segundo Ortiz (1988), a partir da expansão desse movimento no cinema baiano, já seria possível se falar do princípio de uma Indústria Cultural na Bahia. O mercado das artes começou a tomar forma, com a construção de novos teatros e modernização do mercado cinematográfico. O Clube de Cinema da Bahia, que durou de 1950 a 1970, idealizado pelo intelectual Walter da Silveira, servia como espaço de debate sobre os movimentos recentes do cinema, para além de Hollywood. O clube promovia reflexões e análises fílmicas, e foi um dos grandes responsáveis por contestar a ordem cultural vigente, e impulsionar a valorização local. O grupo foi composto por grandes personalidades, como o crítico Glauber Rocha, que viria a se tornar um dos maiores nomes do cinema no Brasil.

“Ancorados nas ideias dos movimentos cinematográficos em voga na Europa, notadamente o neorealismo italiano, aqui muito difundidas por Walter da Silveira, essas produções fariam com que a atenção de produtores do resto e do exterior, se voltasse para o cenário baiano, além de atrair alguns deles para a capital soteropolitana e para o interior do estado. O destaque dado a essas produções vem do caráter inovador em sua linguagem e na maneira de serem concebidas. Aspectos como o enfoque dado às questões sociais e a evidenciação de elementos ligados à regionalidade, associados a uma nova estética [...]” (COELHO, 2010).

Apesar do enorme crescimento das produções cinematográficas baianas, o Ciclo Baiano de Cinema foi efêmero, durando apenas até 1962. O movimento, no entanto, viria a ter grande impacto sobre o ainda recente mercado audiovisual no estado. Em 1960 é inaugurada a primeira emissora de televisão na Bahia, com sinal

da TV Tupi, batizada de TV Itapoan. A abertura de uma televisão local possibilitou novas experiências no audiovisual baiano, com a produção de conteúdos jornalísticos, e a instalação de novas emissoras, como a TV Aratu, em 1969, e a TV Bandeirantes, em 1981, fizeram surgir uma leva de profissionais e trabalhadores da área.

Em 1972, aconteceu a primeira transmissão da TV em cores no Brasil, com uma programação produzida no país: a Festa da Uva, em Caxias do Sul, RS. O país atravessava um momento de grande investimento nos meios de comunicação, principalmente a televisão. A centralidade da TV se consolida a partir dos anos 80 e 90 e todo o Brasil, e o surgimento dessa Indústria Cultural trouxe a necessidade de políticas públicas voltadas para a comunicação, para fortalecer esse mercado em crescente expansão. Na Bahia, a criação de um curso de formação na área de Cinema e Audiovisual ocorreu somente em 2008, na UFRB.

Em 1988, a internet surgiu no Brasil, trazendo novas possibilidades de comunicação e conteúdo. Nos anos 2000, a web já atravessou diversas atualizações, e se estabilizou como uma das mais poderosas ferramentas de disseminação de mensagens no planeta. Com o fácil acesso ao computador, as pessoas, antes passivas no processo criativo do entretenimento, passaram a ser ativas, já que a internet oferece ferramentas de criação, produção e difusão. O público consumidor, acostumado ao cinema e a TV, acabou por reconhecer as técnicas empregadas na produção, e adotou uma linguagem parecida para compor seus próprios produtos.

“Desde os primeiros trabalhos realizados no cinema, rádio, televisão e mais recentemente, com a internet, mudanças significativas ocorreram no que diz respeito à roteirização, linguagem, formato, produção, canais de distribuição e divulgação. Em relação à produção de conteúdos audiovisuais realizados pela internet, por exemplo, observa-se que estes possuem como referência os produtos desenvolvidos para cinema e/ou para a televisão, ou seja, a estética, enquadramentos, linguagem, esquemas de produção, organização das equipes, entre outros, ainda são baseadas nas experiências realizadas em outras plataformas e contextos” (BARBOSA, 2014, p. 46).

As webséries são um bom exemplo de produções audiovisuais feitas exclusivamente para o consumo digital. O surgimento do Youtube em 2005, uma

nova plataforma para vídeos, representa uma maior independência para os criadores de conteúdo, que são responsáveis pela criação de canais, e fazem uso dos elementos narrativos advindos de experiências do cinema e da televisão.

Em abril de 2019, o Governo do Estado da Bahia, através da Secretaria de Cultura, anunciou o investimento de cerca de R\$ 20 milhões no desenvolvimento, difusão e produção do audiovisual<sup>1</sup> no estado, durante o ano. De acordo com a secretária da pasta, Arany Santana, o objetivo é difundir mais conteúdo baiano e girar a cadeia produtiva da cultura regional. Serão selecionados vários projetos, entre curtas e longas-metragens, séries de TV, documentário e animação.

## **2.1 Valorização da cultura baiana em produtos audiovisuais**

O surgimento do cinema na Bahia acompanhou o próprio processo de modernização em várias regiões do estado, e em especial, em sua capital. De acordo com Carvalho (2007), o desenvolvimento cultural em Salvador possibilitou uma ampla movimentação social, principalmente com a construção do Museu de Arte Moderna da Bahia, sediado provisoriamente onde atualmente funciona o TCA. No mesmo espaço, foi implantada a primeira sala de projeção do Clube de Cinema da Bahia.

Desse clube, surgiram as primeiras indagações a respeito dos aspectos sociais, culturais, políticos e estéticos na cinematografia, e essas críticas se estenderam para os meios de comunicação. A sétima arte se consolidou no Brasil nas primeiras décadas do século 20, e na Bahia, o Ciclo Baiano de Cinema deu os primeiros passos a partir de 1958, com a finalização do filme “Redenção”, primeiro longa-metragem produzido no estado.

---

<sup>1</sup> As informações sobre os editais setoriais estão disponíveis no site do governo estadual, que pode ser acessado através do endereço eletrônico: <http://www.cultura.ba.gov.br/2019/04/16368/Bahia-investe-R-20-milhoes-no-setor-Audiovisual-em-2019.html>

“[...] o cinema encontraria em outras instituições os canais para se consolidar como expressão de cultura. A mais importante delas foi o Clube de Cinema da Bahia, fundado em 1950 por Walter da Silveira, o grande incentivador da arte cinematográfica entre os baianos e a referência maior dos seus jovens cinéfilos, futuros críticos, produtores, técnicos e diretores. Nas manhãs de domingo, o Clube de Cinema reunia jornalistas, artistas, intelectuais, profissionais liberais, professores e estudantes para ver e discutir o que havia de mais importante na cinematografia mundial [...]” (CARVALHO, 2007).

Essas primeiras tentativas de se produzir cinema no estado tropeçaram em questões como falta de grandes estúdios, investimento e uma própria indústria cultural forte. Com tais limitações, cineastas baianos — a grande maioria sem qualquer formação na área — investiram em produções gravadas em seu próprio território, com atores também baianos e explorando as questões sociais da época, utilizando elementos de proximidade. Esse cinema foi responsável por instigar a preocupação com uma identidade regional em tela, tanto com a exposição de cenários, quanto no sotaque, conflitos, questões religiosas, etc.

Em 1964, Glauber Rocha lança seu segundo filme, “Deus e o Diabo na Terra do Sol”, com o sertão nordestino como pano de fundo. O longa aborda a história de um vaqueiro que é explorado por um coronel. Aqui, os elementos tipicamente nordestinos, como o cangaço, o coronelismo e a literatura de cordel já ganham espaço, demonstrando uma representatividade regional em tela.

Com a primeira transmissão televisiva na Bahia, que aconteceu em 1960, com a inauguração da TV Itapoan, a produção audiovisual deixou de se restringir ao cinema. Até 1985, mais quatro emissoras chegaram ao mercado no estado: TV Aratu, TV Bandeirantes, TV Bahia e TV educativa. O investimento nesses grandes veículos de comunicação se iniciou devido ao processo de expansão das telecomunicações no país, com uma política de valorização desses meios, principalmente a televisão.

Vale ressaltar, no entanto, que a construção da identidade regional televisiva, nessa época, sofreu grande influência política do ex-governador Antônio Carlos Magalhães, que comandava a Rede Bahia de Comunicação. A concessão da TV Globo na Bahia, que antes pertencia à TV Aratu, passou para a Rede Bahia, em 1987, alcançando um grande alcance midiático.

“Neste processo, consolida-se um projeto político de dominação que deixa para trás a idéia de uma Bahia lenta, arcaica e em seu lugar é forjada uma nova Bahia, festejada de maneira primorosa pela economia da cultura e do turismo. Não é sem mais que desta síntese surgirá uma indústria cultural vigorosa onde terão papel fundamental além das políticas públicas, cujo emblema é a fusão entre a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Turismo, o campo midiático, o qual conta não apenas com a Rede Bahia de Televisão de propriedade do grupo político dominante, mas com os diversos setores da comunicação” (MABEL, 2012)

Diferente do cinema, a TV passou a explorar uma outra face da Bahia. A cultura foi transformada em um produto, e a criação de formatos audiovisuais se tornou mais comercial, na busca por audiência que atraísse anunciantes para os canais. Esse período também foi marcado pela qualificação profissional dos que trabalhavam no ramo da comunicação, com a oferta de cursos específicos na área (SPANNENBERG; ARAGÃO; MENEZES; SANTOS, 2012).

Portanto, podemos pensar que, de um lado, temos uma identidade regional construída pelo cinema baiano, que explora cenas mais cruas, questões sociais, políticas e religiosas, com elementos essencialmente nordestinos, como a seca e a figura do sertanejo; e do outro, temos o audiovisual impulsionado pela TV: que procura se utilizar de elementos tradicionais, étnicos e culturais, como forma de vender a imagem de uma Bahia mais alegre, turística e colorida. Atualmente, é possível ver ambos os formatos serem tomados como inspiração para a produção de novas obras — até mesmo nos formatos para a web, que costumam se apropriar das características de filmagem do cinema e da TV.

### **2.3 Publicações impressas**

Em meados do século 20, mais precisamente após o fim da Segunda Guerra Mundial e durante a Guerra Fria, o mundo começou a mergulhar no que mais tarde viria a se chamar de Terceira Revolução Industrial. Essa época marcou o desenvolvimento da tecnologia que possibilitou a invenção da internet, inicialmente

intitulada de Arpanet, uma rede de compartilhamento de dados. Pensada para fins militares, passou a atender a propósitos científicos, e começou a ser explorada também em algumas universidades norte-americanas.

“Em 1989, a criação do protocolo www (World Wide Web) permitiu o desenvolvimento de interfaces (sites) integrando textos, imagens, sons e ligações (links) com outras interfaces”, (VIDAL; MAIA, 2010, p. 47). No Brasil, a internet foi usada pela primeira vez em 1988, no meio acadêmico, pela Federação dos Professores do Estado de São Paulo (Fapesp) e pelo Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC). Foi somente a partir de 1995<sup>2</sup> que ela começou a ser usada de forma popular, na modalidade IP discado.

Nessa época, ferramentas tecnológicas como o computador e o telefone celular já existiam, porém, não da maneira que os conhecemos hoje. O primeiro acesso à internet de um aparelho móvel só aconteceu em 1996, com o *9000 communicator*, lançamento da Nokia. Com o tempo, essas ferramentas foram se aperfeiçoando, tornando possível algumas ações como fazer downloads.

É fato que o advento da internet tornou as comunicações mais rápidas, ágeis e fáceis, e quebrou o monopólio de meios de informação tradicionais, como televisão, rádio e jornais impressos. É possível dizer, no entanto, que a ferramenta impressa foi a que mais sofreu os impactos dessa tecnologia, tornando-se obsoleta, visto que não conseguia acompanhar a rapidez das novas formas de acesso à conteúdos informacionais e de entretenimento. Para o público consumidor, não era mais necessário aguardar as publicações diárias, visto que a internet poderia fornecer informações a qualquer momento, através dos sites de busca.

“Justamente tal crescimento do interesse pela internet como suporte passou a ser um grande problema para os donos de jornais impressos. Nos últimos tempos, a pauta do debate passou a ser o fim (ou não) do papel numa sociedade cada vez mais cibernética” (TRIZOTTI, 2017, p. 176)

---

<sup>2</sup> Segundo informação extraída do texto “A história por trás dos 20 anos da internet comercial no Brasil”, publicado pela Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), organização social ligada ao Ministério de Ciência e Tecnologia no Brasil.

Com a internet tomando o espaço como principal meio de comunicação e informação, as publicações impressas começaram a entrar em crise a partir da segunda década do século 21. Com o número de vendas e anunciantes, principais meio de rendimento dos jornais e revistas, em declínio, muitas publicações resolveram ‘sucumbir’ às novas tecnologias, e encerraram suas atividades, funcionando apenas no meio digital, como foi o caso da revista *teen* “Capricho”, febre entre as adolescentes desde os anos 50, que abandonou o impresso em 2015. A decisão fez parte de uma série de reformulações do grupo Abril, um dos maiores conglomerados de comunicação do país, e que decretou o encerramento das atividades de mais de 10 revistas em 2018.

No segmento cinematográfico, o Brasil contava com a circulação da “SET”, fundada em 1987. Durante muito tempo, a publicação foi a única especializada em falar sobre cinema no país, e criou uma geração de cinéfilos. As matérias tinham foco nas produções de Hollywood e traziam informações sobre lançamentos de filmes, quadrinhos, bastidores, atores, críticas, etc. A “SET” finalizou suas atividades em 2010. Atualmente, as duas revistas mais importantes sobre o cinema no Brasil são a “Preview”, no impresso e digital, e “Cinema”.

Apesar de ser difícil competir com o mercado digital, algumas publicações brasileiras mantêm suas edições impressas, como a própria “Preview”, “Galileu”, “Superinteressante”, “Veja”, “Carta Capital”, “Marie Claire”, etc. Para continuar na ativa, os veículos investem em capas chamativas, diagramações visualmente agradáveis, e valores de assinaturas mais baratas, além de brindes para os assinantes. Os periódicos, no entanto, alinham seu conteúdo ao digital, com versões online e sites na web.

“A revista é um meio que se diferencia dos outros impressos por algumas vantagens peculiares que, de modo semelhante, Scalzo (2004) e Ali (2009) identificaram em relação a sua facilidade de manuseio e transporte. Também concordam na questão da identificação do leitor com a revista: é um produto querido pelo público, que se identifica e se acostuma com o “jeito” da sua revista. É papel dos editores trabalhar para fazer uma revista diferenciada a cada edição, porém sempre de acordo com uma estrutura que seja coerente, harmoniosa e principalmente reconhecível pelo público-leitor. Nesse sentido, como identifica Fetter (2011), é tradição o investimento em design por parte das revistas, tendo em vista a necessidade de atrair [novos] leitores e diferenciar e marcar sua identidade visual perante a concorrência” (LAHUDE,GRUSZYNSKI, 2015)

É nítido que leitores e consumidores de informações já se adaptaram às novas tecnologias, e que as mídias digitais já tomaram um espaço gigantesco na comunicação, oferecendo rapidez e facilidades. Porém, observando que algumas publicações mantêm suas circulações em impresso nos faz pensar que esse meio ainda não está tão ultrapassado, e que há uma audiência segmentada que continua optando por ele, talvez por sua atemporalidade e versatilidade.

Segundo Rossi (p.37, 2008 apud KING, 2001) “Não importa o tamanho da publicação nem o seu alcance o importante é entender seu público alvo e organizar sua razão de existência. No mundo das revistas, deve-se entender o seu nicho [...]”. A grande estratégia é tentar agregar um público que mantenha uma certa lealdade com o produto, e que o consuma independente do meio pelo qual tenha que acessá-lo, criando uma identificação com esse leitor através de uma forma única de abordagem da temática e do design utilizado dentro da revista.

### **3. METODOLOGIA**

Para a criação da primeira edição da revista “Glauber”, como uma ferramenta de comunicação independente, a etapa inicial consistiu na elaboração de pautas sobre a produção audiovisual baiana e seus profissionais e o levantamento de informações. Na segunda fase, definimos as editorias e a organização das matérias, de acordo com o assunto abordado. A terceira etapa consistiu na construção do material escrito, com a colaboração das fontes anteriormente selecionadas. A última fase envolveu a criação do material gráfico utilizado no veículo, que deve estar de acordo com a temática da revista, gerando uma identidade visual.



### **3.1 Planejamento de pautas**

Para o planejamento das pautas, selecionamos inicialmente conteúdos referentes à produção cinematográfica baiana. Começamos com a matéria de capa, sobre Glauber Rocha, que já havia sido definida desde o surgimento da ideia da revista. Por se tratar da primeira edição, pensamos em abordar alguns marcos do cinema antigo, para que o leitor pudesse ser introduzido à temática e entendesse como essa produção teve início na Bahia. Na primeira reunião, a orientadora também deu a dica de fazer uma matéria sobre o filme “O Pagador de Promessas”.

Sendo uma publicação que abrange todos os formatos audiovisuais, sabíamos que não podíamos focar apenas nas realizações dentro do cinema, e por isso, buscamos também produtos feitos para a televisão e web. A região baiana como cenário foi outra preocupação, já que vê-la em tela é uma forma de representatividade e valorização da cultura e do próprio território. Para além disso, decidimos ainda ter um espaço dedicado ao campo universitário, visto que temos muitos cursos de cinema e audiovisual na Bahia.

Tentamos agrupar conteúdos que atravessassem as fronteiras da capital, Salvador, e alcançassem o interior do estado, já que nossa intenção era ter em mãos um material variado e o mais rico possível, dentro das nossas limitações de espaço e verba. Fomos atrás de fontes na área da pesquisa, de profissionais que atuam ativamente no mercado, estudantes e trabalhadores independentes, que ajudam a girar essa economia de produção criativa no estado. A escolha desses personagens não foi à toa: eles representam também o público-alvo da revista.

#### **3.1.1 Editorias**

Com os conteúdos selecionados, definimos as editorias da “Glauber”. As editorias são as divisões de cadernos dentro da revista, de acordo com a temática

de cada matéria. Aquelas que abordam assuntos semelhantes são agrupadas em uma mesma seção, reconhecidas pelo design utilizado dentro da publicação — cor, retranca, símbolos, etc —, que muda de uma editoria para a outra. Na “Glauber”, criamos 7 editorias, que compreendem todo o conteúdo que é foco da revista: Cinema e TV, Além das Telas, Internet, Capa, Resenhando, Curtinhas Universitários e Agenda.

**Cinema e TV:** Essa editoria compreende todas as matérias que possuem o cinema ou formatos para a televisão como foco. Pode ter conteúdos que mesclam entre produções antigas e atuais. Deve priorizar feitos por profissionais baianos ou gravados na Bahia.

**Além das Telas:** Seção reservada para publicação de matérias que não necessariamente fale sobre os produtos audiovisuais em si, mas sobre cenários, bastidores ou espaços que, de alguma forma, tenham contribuído para a construção desse campo, ou tenha tido alguma importância.

**Internet:** Editoria dedicada aos produtos audiovisuais feitos exclusivamente a web. Podem ter qualquer formato: webséries, canais no Youtube, vídeos para redes sociais, etc., contanto que seja um material que valorize a cultura regional.

**Capa:** Espaço mais importante da revista, é dedicado ao personagem, profissional ou obra que tenha destaque na edição. Para essa publicação, é necessário sempre explicar ao leitor qual a importância da temática escolhida para o campo audiovisual.

**Resenhando:** Página dedicada a fazer a resenha de uma obra audiovisual, seja ela filme, programa de TV ou produto para a web, que tenha sido feita por baianos ou gravada na Bahia. A resenha consiste em descrever e analisar esse objeto escolhido e o texto deve ser opinativo (nesta publicação), com comentários de origem pessoal. A cada edição, uma pessoa diferente é convidada para escrever na editoria.

**Curtinhas Universitários:** Pautas com foco na produção dos cursos de cinema, TV e audiovisual na Bahia, ou nos próprios estudantes. Pode trazer depoimentos, curiosidades, informações sobre projetos, entrevistas, etc. Como é uma matéria mais curta, deve ocupar apenas uma página.

**Agenda:** A revista finaliza com um espaço dedicado à divulgação de festivais, mostras e demais eventos na área audiovisual. Apesar de ter foco na Bahia, pode trazer informações sobre acontecimentos em todo o país, já que as produções baianas podem concorrer nas categorias nacionais. O texto deve conter itens essenciais como pequena descrição do evento, datas e locais.

### 3.2 Produção de conteúdo

#### 1º Edição

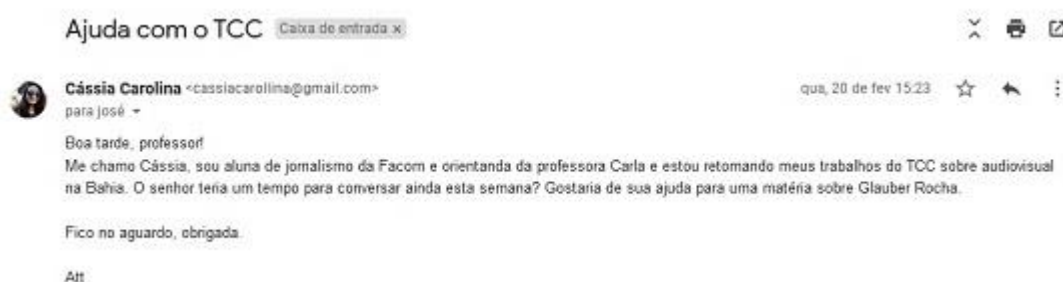
**Editoria:** Capa

**Título:** 80 anos de Glauber Rocha

A ideia de falar sobre Glauber Rocha ‘nasceu’ junto com a revista. Como citamos anteriormente, inicialmente pensamos em uma revista que abordasse o mercado audiovisual de forma geral, mas como queríamos um produto mais original e que estivesse mais próximo da nossa própria realidade, optamos por limitar à produção na Bahia. Este TCC deveria ter sido entregue no semestre 2018.2, no entanto, devido à questões pessoais não pudemos concluir, somente no início retomamos nossa pesquisa. Felizmente, 2019 coincidiu de ser o ano em que Glauber completaria 80 anos, e essa efeméride se encaixou perfeitamente em nossa revista, que já traz o nome do baiano como título.

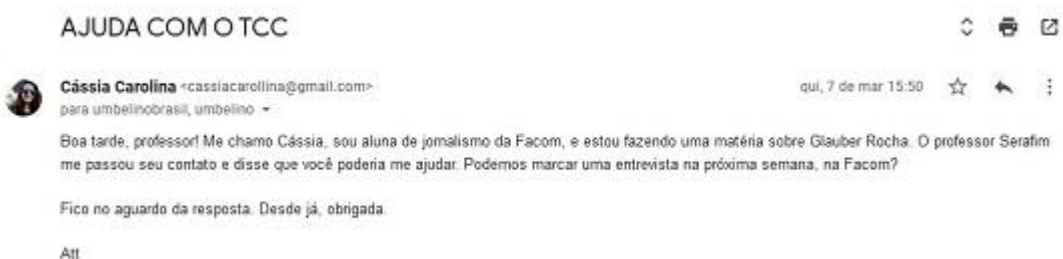
Para escrever a matéria, buscamos fontes na área acadêmica, com pesquisadores de cinema e/ou do cineasta. Em uma das primeiras reuniões com nossa orientadora, ela sugeriu o nome de José Serafim, que ministra aulas sobre o tema na universidade. Serafim é mestre em cinema documentário (antropológico) pela Universidade Paris X – Nanterre (1994) e em Instituição, Trabalho e Educação na École des Hautes Études en Sciences Sociales (1993) e Doutor em cinema documentário (antropológico) pela Universidade Paris X – Nanterre (2000).

Atualmente é professor da Faculdade de Comunicação da UFBA (Facom), e professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas e do Instituto de Saúde Coletiva na mesma instituição. O primeiro contato com ele foi feito via e-mail em setembro de 2018, e retomamos o contato depois, em fevereiro de 2019, quando decidimos, de fato, começar a trabalhar no nosso TCC.



**Imagem 01 - Captura de tela do e-mail enviado para o professor José Serafim**

Durante a entrevista, o professor Serafim mencionou que seria interessante procurarmos por José Umbelino, já que ele possuía uma tese sobre Glauber Rocha. Brasil é cineasta e professor da UFBA, e doutor em Comunicação e Cultura com a tese "As críticas do jovem Glauber" (UFBA, 2007), além de mestre em Artes Visuais com a dissertação "Metáforas da Visão - A luz e o espaço na Idade da Terra" (UFBA, 1995). Sendo assim, entramos em contato com ele em março, e marcamos a segunda entrevista para a matéria.



**Imagem 02 - Captura de tela do e-mail enviado para o professor José Umbelino**

No encontro com Umbelino, ele nos orientou a tentar uma entrevista com Paloma Rocha, filha de Glauber Rocha. O professor nos passou o e-mail dela, e prontamente entramos em contato. Inicialmente, Paloma concordou em nos ceder a entrevista, no entanto, quando enviamos para ela o roteiro de perguntas, recebemos respostas curtas, que acabamos não usando pois não iriam render nada para a matéria. Conseguimos citá-la somente no final do texto, de forma breve. Essa foi a maior dificuldade desta pauta, já que esperávamos usar a entrevista de Paloma para explorar um lado mais emocional na narrativa. Como o prazo era curto, não tentamos contato com nenhum dos outros filhos, e utilizamos as informações já coletadas.



**Imagem 03 - Captura de tela do e-mail enviado para Paloma Rocha**

**Editoria:** Cinema e TV

**Título:** Baianidade na tela da TV

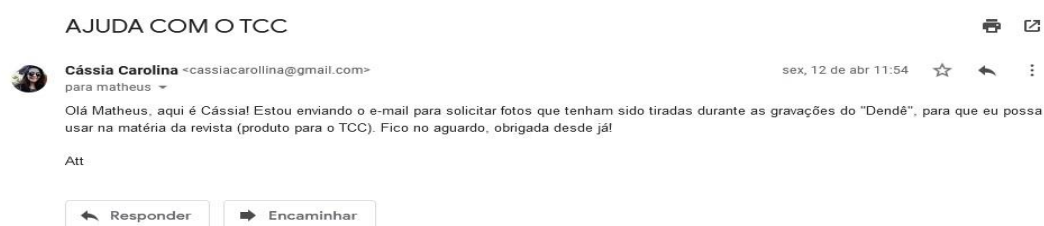
A pauta sobre o programa “Dendê na Mochila” surgiu quando nos questionamos sobre qual produto para a televisão poderíamos abordar. Com uma breve pesquisa sobre a programa baiana na TV, escolhemos o “Dendê” por ter alguns elementos que se aproximam da linguagem do cinema, como a estética e a narrativa, apesar de ser um produto jornalístico. Além disso, o programa, uma das

alunas deste TCC é estagiária da TV Aratu, sendo assim, seria mais fácil de produzir a pauta pela questão da facilidade de acesso às fontes. O “Dendê” já venceu dois prêmios: em 2016, foi premiado do “Na Telinha”, como melhor programa local do ano, e em 2017, ganhou o Prêmio Banco do Nordeste de Jornalismo na Categoria Nacional TV, com a Reportagem "Campo além da crise: Empreendedorismo no Brasil".

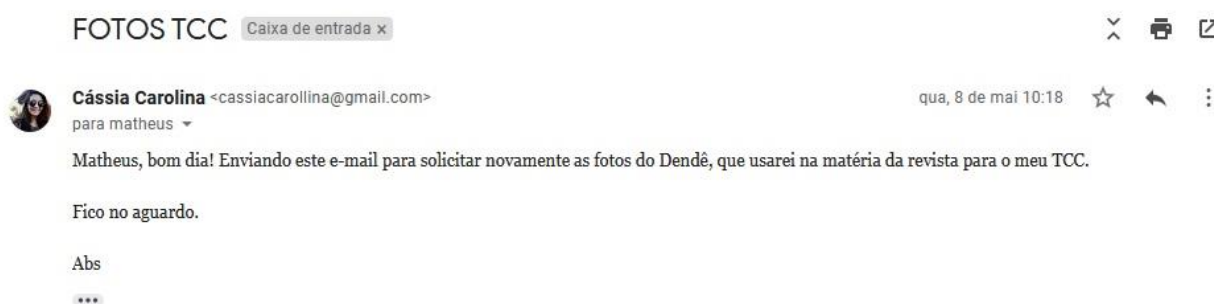
Para fazer a matéria, primeiro procuramos quem, além de Matheus Boa Sorte, que é o apresentador da atração, fazia parte do processo criativo do programa. Descobrimos que apenas mais um profissional, Hermerson Manoel Ferreira, estava engajado na produção, e assim, definimos nossas duas fontes.

Matheus Boa Sorte é formado em Publicidade e Propaganda na faculdade Estacio, de Salvador. Iniciou seu trajeto pela TV Aratu ainda em 2013, em Vitória da Conquista, como apresentador do programa "Aprocheço Me Leva", que deu a ideia para a criação do “Dendê”. Desde Maio de 2015 é apresentador, diretor e editor de texto do programa de reportagens especiais da emissora. Hermerson Manoel Ferreira é formado também em Publicidade e Propaganda, pela FTC de Conquista, e atualmente ocupa o cargo de editor de texto da Aratu. É ele quem faz a pré-produção do “Dendê”.

Ouvimos os dois em momentos separados, durante seus expedientes de trabalho na TV Aratu. Foram entrevistas curtas, mas muito proveitosas, já que cada um falou sobre seu próprio trabalho dentro da criação do programa. Para complementar a matéria, pedimos fotos dos bastidores a Matheus. Solicitamos as imagens em abril, mas como os dois estavam em viagem, por conta das gravações do programa, conseguiram nos enviar apenas em maio.



**Imagem 04 - Captura de tela do e-mail enviado para o apresentador Matheus Boa Sorte**



**Imagem 05 - Captura de tela do segundo e-mail enviado para o apresentador Matheus  
Boa Sorte**

## **Editoria:** Cinema e TV

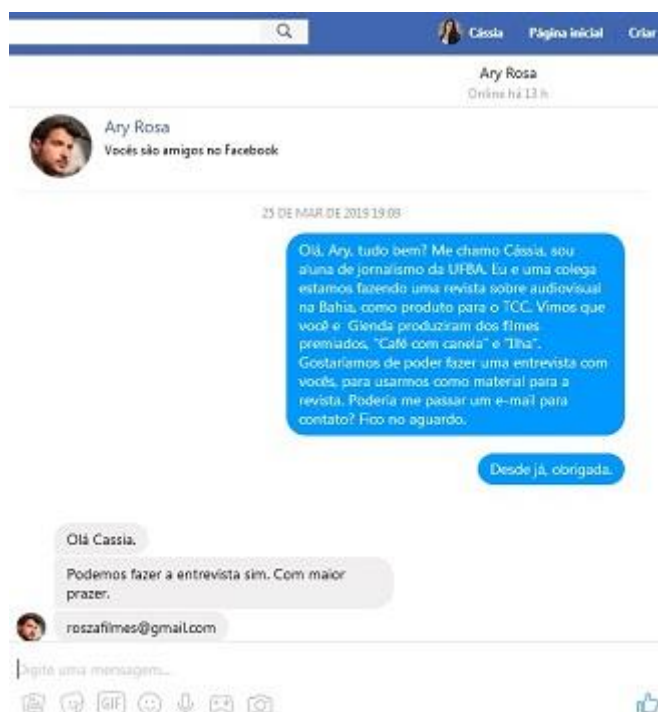
### **Título:** O cinema no interior baiano

Pensamos em entrevistar Ary Rosa e Glenda Nicácio quando fizemos uma pesquisa sobre os filmes recentes gravados na Bahia. Claro que haviam outros tão bons quanto, mas “Café com Canela” e “Ilha” chamaram nossa atenção pela quantidade de premiações e indicações que haviam recebido. Além disso, abordar sobre esses produtos gravados no interior da Bahia ia ao encontro da nossa própria expectativa de não deixar os conteúdos limitados a Salvador.

Ary Rosa e Glenda Nicácio são formados em cinema, pela UFRB, e fundaram a produtora independente Rosza Filmes em 2011, na cidade de São Felix. “Café com Canela” foi o primeiro longa-metragem feito por eles, e pode ser considerado um dos mais premiados filmes baianos do cinema recentemente. Entre os prêmios, venceu como Melhor Filme pelo Júri Popular no 50º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, em 2017, o que lhe rendeu o Prêmio Petrobras de Cinema e uma consequente distribuição em salas de exibição pelo país. O longa aborda muito bem a questão da representatividade da cultura baiana e da valorização regional, exatamente o que a gente buscava para a revista.

Conseguimos entrar em contato com Ary Rosa através de seu perfil no Facebook, em 25 de março de 2019. Ele nos passou o e-mail para contato, nós enviamos a entrevista, já que, pela questão da distância, nós não conseguiríamos

fazer pessoalmente. Eles conseguiram nos enviar as respostas em 17 de abril. Tivemos algumas dificuldades com fotos, pois eles não possuíam muitas fotos de bastidores onde eles próprios aparecem.



**Imagem 06 – Captura de tela da conversa com Ary Rosa no Facebook**

**Editoria:** Cinema e TV

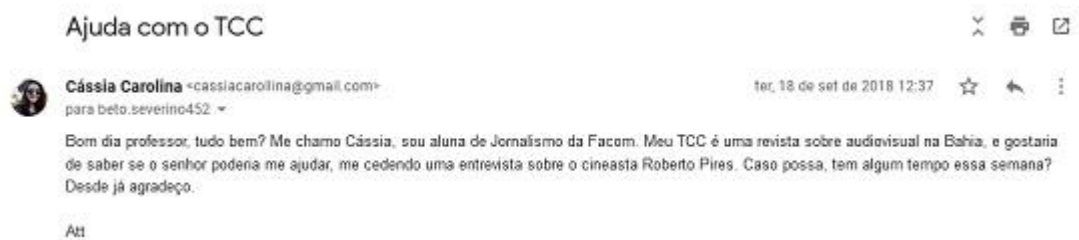
**Título:** O 'nascimento' do cinema na Bahia

Esta matéria é uma das mais importantes da revista, pois tem o propósito de introduzir o leitor aos aspectos da publicação. Uma das alunas deste TCC ouviu falar de Roberto Pires pela primeira vez na disciplina optativa COM324 (Cinema e História), no semestre de 2015.1, ofertada pela Facom. Na época, a matéria era ministrada pelo professor José Roberto Severino, o que inspirou a escolha dele como uma das fontes para produzir o conteúdo. Severino é professor da UFBA, e tem experiência na área de história, com ênfase em história da cultura, atuando principalmente nos temas de comunicação e patrimônio cultural. Ele também faz

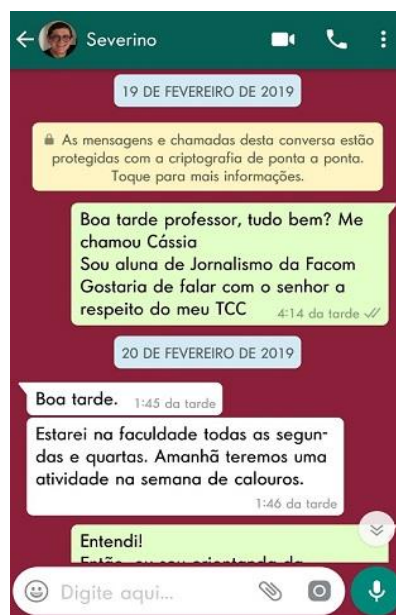


parte do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da instituição.

O primeiro contato com o professor foi feito ainda em setembro de 2018, via e-mail, no entanto, não obtivemos resposta. Quando retomamos a produção da revista em 2019.1, conseguimos o número de telefone. Marcamos e remarcamos o encontro três vezes, devido a imprevistos de ambos, até que a entrevista foi finalmente realizada em abril.



**Imagem 07 - Captura de tela do e-mail enviado para o professor José Roberto Severino**



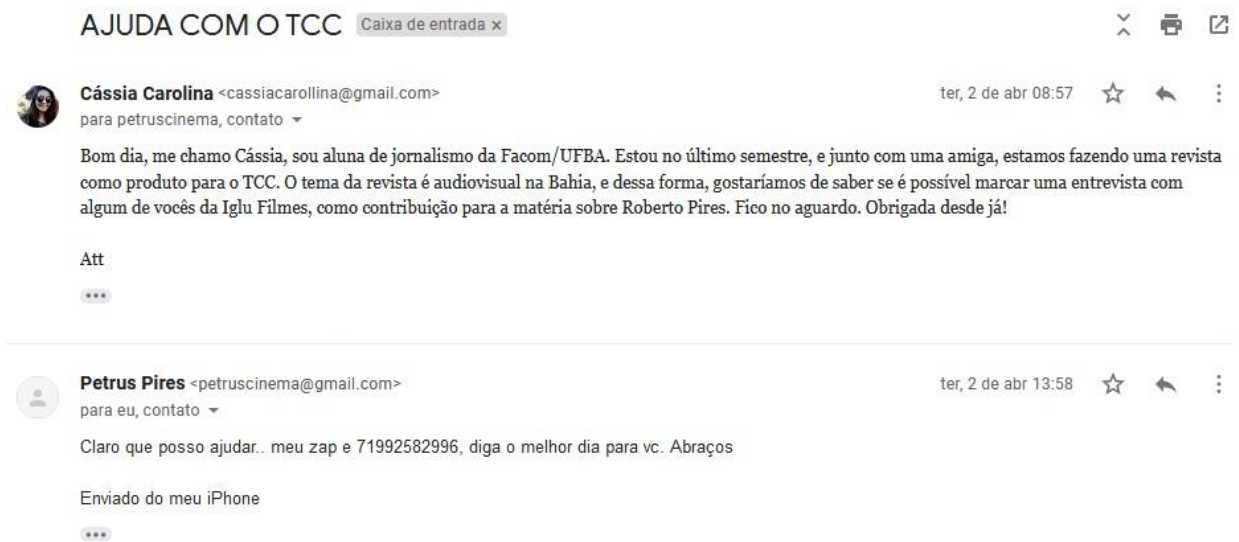
**Imagem 08 – Captura de tela da conversa com o professor José Roberto Severino no aplicativo *Whatsapp***

Assim como na matéria de Glauber Rocha, nesta também tentamos conseguir o contato de algum familiar de Roberto Pires, que pudesse nos ceder uma

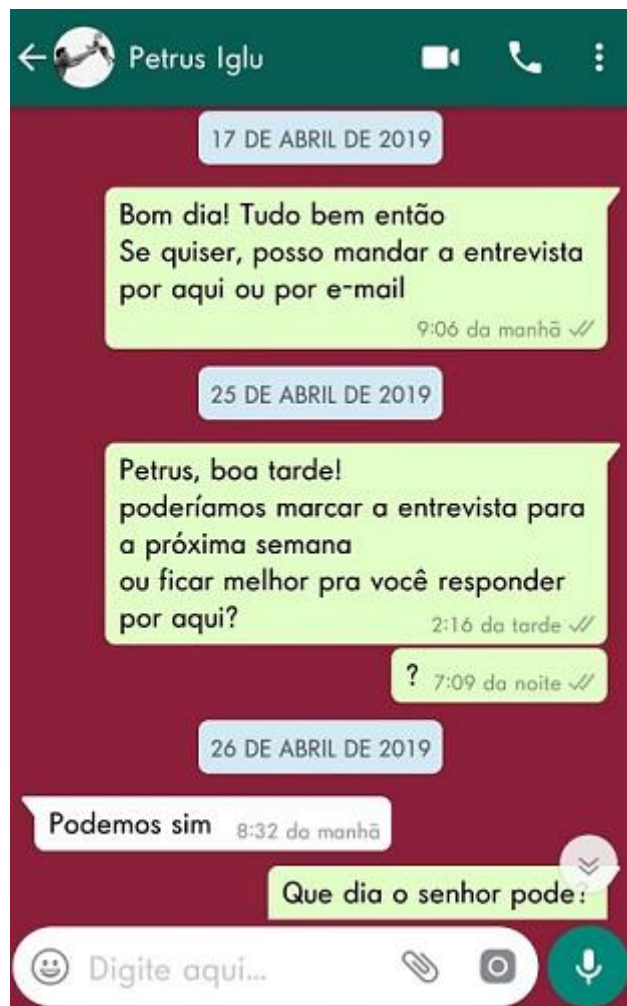
entrevista. Pesquisando, descobrimos que a produtora Iglu, fundada por ele, ainda estava na ativa, e que era administrada por seu filho, Petrus Pires. Fizemos o primeiro contato através da página da empresa no Facebook, e ele nos enviou o endereço de e-mail. Depois, mantivemos o contato pelo WhatsApp. Foram algumas tentativas até conseguirmos fazer a entrevista com ele, e cheguei a sugerir fazê-la por e-mail. Depois de remarcações, nos encontramos dia 29 de abril, na sede da Iglu Filmes, que fica atualmente localizada no bairro do Rio Vermelho, em Salvador.



**Imagem 09 - Captura de tela da mensagem enviada à página oficial da Produtora Iglu Filmes no *Facebook***



**Imagem 10 – Captura de tela do e-mail enviado a Petrus Pires**



**Imagem 11 - Captura de tela da conversa com Petrus Pires no aplicativo *Whatsapp***

**Editoria:** Além das Telas

**Título:** Cine-Theatro Cachoeirano

Inicialmente, nosso objetivo era fazer uma matéria sobre o Museu do Cinema em Cachoeira. A dica de falar sobre o local partiu da nossa orientadora, que já havia visitado o espaço, e nós achamos que seria interessante irmos até lá, mas dependia da nossa disponibilidade. Durante a pesquisa da pauta, verificamos que o museu é administrado por Roque Araújo, que já chegou a fazer parte da equipe técnica nas gravações dos filmes de Glauber Rocha. Tentamos entrar em contato com ele, através das redes sociais, mas não obtivemos resposta. Por sorte, o amigo de uma das alunas deste TCC já havia morado em Cachoeira, e conseguiu o número de telefone de Roque.

Com o prazo de entrega deste trabalho se aproximando, pensamos em desistir de ir até Cachoeira e fazermos a entrevista com o dono do local por e-mail. No entanto, uma de nós aproveitou sua passagem por Feira de Santana, e se deslocou até Cachoeira, já que havia transporte direto entre as duas cidades. Antes disso, tentamos falar com Roque por telefone e via WhatsApp, sem sucesso. A visita à Cachoeira aconteceu numa segunda-feira, dentro do horário de funcionamento descrito na web, porém, o local estava fechado. Ainda sem retorno de Roque, decidimos mudar a pauta em cima da hora, para não perder a viagem até a cidade.

Na mesma rua em que fica o Museu do Cinema de Cachoeira, há o Cine-Theatro Cachoeirano, um espaço antigo voltado para a exibição de filmes, tanto locais quanto nacionais, e atividades culturais. Quem administra o espaço é Samir Guimarães Suzart, cineasta formado pelo curso de cinema da UFRB, sediado ali mesmo em Cachoeira. Conseguimos entrevistá-lo, e a partir da fala dele, concluímos que renderia um bom material, já que o Cine tem uma história e atuação importantes para a rota cinematográfica da região do recôncavo. Porém, as fotos tiradas no local tiveram que ser descartadas, já que a qualidade não ficou boa para impressão (usamos uma câmera compacta de modelo antigo).

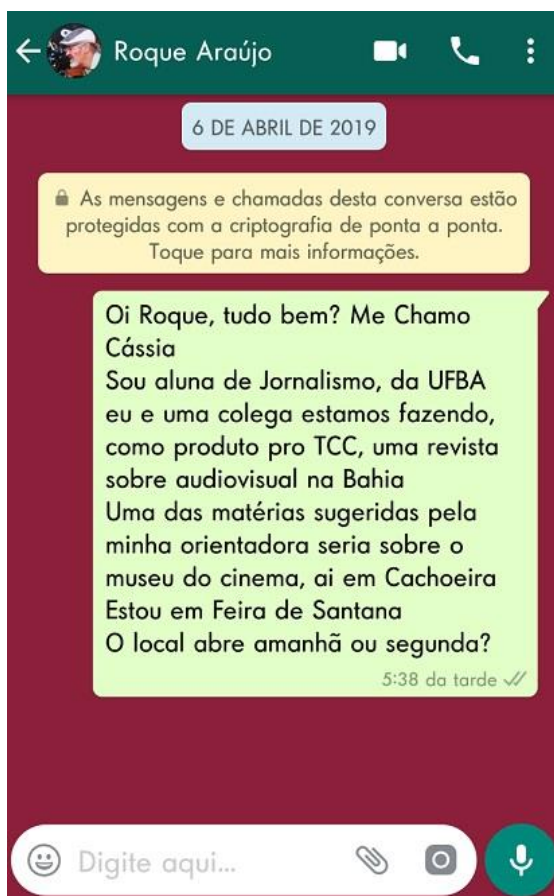


Imagem 12 – Captura de tela da conversa com Roque Araújo no aplicativo *Whatsapp*

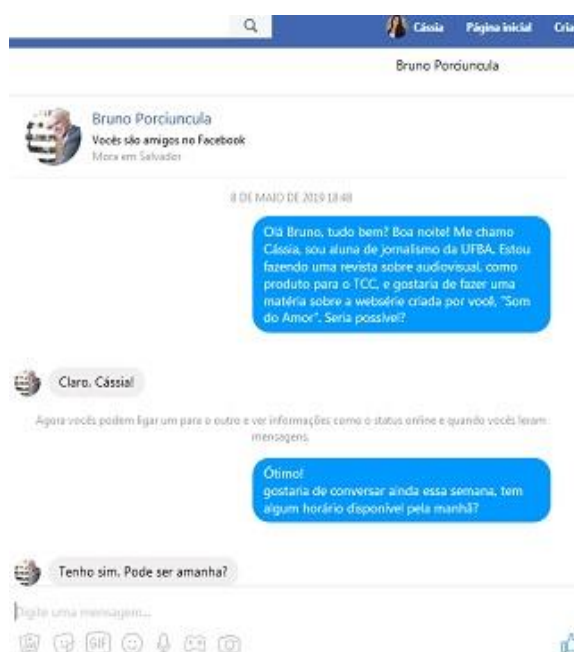
**Editoria:** Internet

**Título:** Novos formatos no audiovisual

Quando definimos a “Glauber” como um veículo focado em audiovisual de uma forma mais ampla, que não se restringe apenas ao cinema, logo sabíamos da importância de abordar sobre os formatos feitos para a internet, mas ainda não havíamos definido exatamente qual seria o tema. Inicialmente, pensamos em falar sobre canais no Youtube comandados por baianos, no entanto, mudamos de ideia quando vimos uma matéria sobre a websérie “Som do Amor” em um portal de notícias, onde dizia que a produção havia levado o prêmio mais importante em um grande festival do gênero.

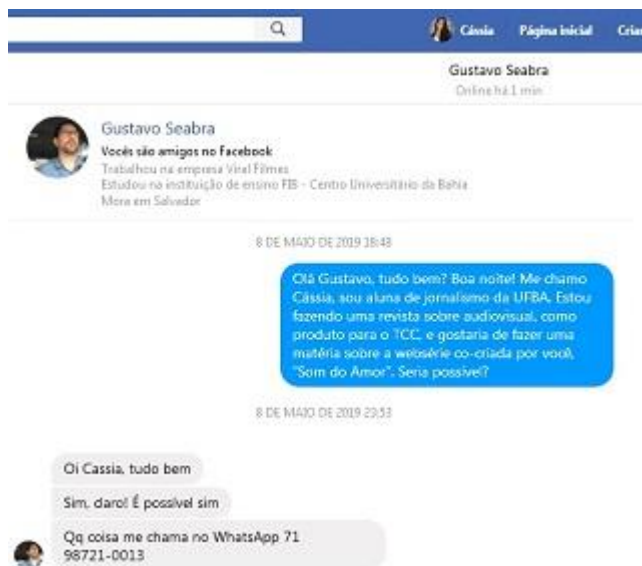
Com essa informação, decidimos a pauta sobre webséries produzidas na Bahia, e pesquisamos por outras. Nosso propósito era escrever sobre a “Som do Amor”, e uma outra websérie, intitulada “Punho Negro”, porém, conseguimos contato rapidamente com os produtores da primeira, e com base nas entrevistas feitas com eles, percebemos que já tínhamos um bom material para fazer a matéria, e abordar inclusive sobre o *crowdfunding*<sup>3</sup>, um assunto importante para quem trabalha ou quer trabalhar de forma independente no audiovisual.

As fontes usadas para essa matéria foram Bruno Porciuncula e Gustavo Seabra, responsáveis pela criação e todo o desenvolvimento do projeto da websérie “Som do Amor”. Fizemos o primeiro contato com ambos através de seus perfis no Facebook, no dia 08 de maio. Conseguimos marcar a entrevista presencialmente com Bruno para a mesma semana, porém, por uma questão de disponibilidade, achamos melhor fazer a entrevista com Gustavo pelo WhatsApp. Mais uma vez, não conseguimos fotos dos dois juntos, em boa qualidade, e optamos por usar somente fotos da websérie, enviadas por Gustavo.



**Imagem 13 - Captura de tela da conversa com Bruno Porciuncula no Facebook**

<sup>3</sup> O *crowdfunding*, popularmente conhecido no Brasil como “vaquinha”, é uma campanha de arrecadação de fundos para obter o capital necessário para realizar um projeto. Esse financiamento coletivo é feito através de um site na internet, com divulgação em redes sociais, indicando a quantia necessária e tempo de duração da campanha.



**Imagem 14 - Captura de tela da conversa com Gustavo Seabra no Facebook**

**Editoria:** Além das Telas

**Título:** Você sabia?

A pauta sobre o filme “O Pagador de Promessas” e a Igreja do Passo foi indicada por nossa orientadora. Nós concordamos que seria interessante falar sobre o filme, já que ele tinha sido um marco para o cinema nacional, sendo o primeiro longa brasileiro (e até agora, o único) a ganhar a Palma de Ouro no Festival de Cannes, um dos mais importantes do mundo. Para começar a produzir a pauta, assistimos ao filme, que está disponível no Youtube<sup>4</sup>. Depois, tentamos marcar um dia para tirar algumas fotos da Igreja do Passo, porém, como não tínhamos um bom equipamento fotográfico, deixamos a ideia de lado.

Fizemos uma pesquisa, conseguimos as imagens do exterior e interior da igreja, em ótima qualidade, no portal da arquidiocese de Salvador, instituição que atualmente é responsável por administrar o templo. Coletamos algumas informações necessárias para construção da matéria nos sites do Ministério do Turismo e da

<sup>4</sup> O filme completo e em boa qualidade está disponível para assistir gratuitamente no site do Youtube, através do link: <https://www.youtube.com/watch?v=vUyDvdB-0u8>

própria arquidiocese, como ano de fundação da Igreja do Passo, reforma, custeio, mudanças estruturais, etc.

Como abordamos no texto, a restauração do templo foi feita pelo Iphan, e por isso, pensamos em conversar com alguma fonte de dentro do órgão, que pudesse falar sobre o assunto. Também abandonamos essa ideia, quando refizemos o recorte da pauta, e decidimos falar sobre o enredo do filme, as questões sociais presentes na história e o fato de Salvador ter sido o cenário de fundo. Acreditamos que a matéria ficou rica em informações, mesmo sem o uso de uma fonte oficial, já que o propósito maior era lembrar o fato de que o primeiro filme brasileiro a ganhar a Palma de Ouro e a ser indicado, havia sido gravado na Bahia.

Abrimos um pequeno parêntese ao final da matéria para ressaltarmos ainda que o roteirista de “O Pagador de Promessas”, Alfredo de Freitas Dias Gomes, era baiano. Ele foi romancista, dramaturgo, autor de novelas, membro da Academia Brasileira de Letras, e merecia ter sua importância para o campo audiovisual citada.

**Editoria:** Curtinhas Universitários

**Título:** Graduação em cinema, fazer ou não fazer?

Como já havíamos definido anteriormente, logo na pré-produção de pautas, sabíamos que era importante trazer algum conteúdo voltado para a área universitária em nossa publicação. Inicialmente, nosso projeto era fazer uma matéria mais aprofundada sobre os cursos de cinema e audiovisual ofertados na Bahia, porém, como o prazo estava curto, partimos para uma ideia mais flexível, que pudesse ser executada de forma mais rápida. Assim, nasceu a editoria “Curtinhas Universitários”, que brinca com a palavra “curtas”, usada para definir filmes com menor duração.

Entrevistamos dois alunos de diferentes instituições de ensino superior, que cursam cinema, para falar um pouco sobre suas experiências acadêmicas, e quais as expectativas que eles tinham para a atuação como profissionais do mercado. A

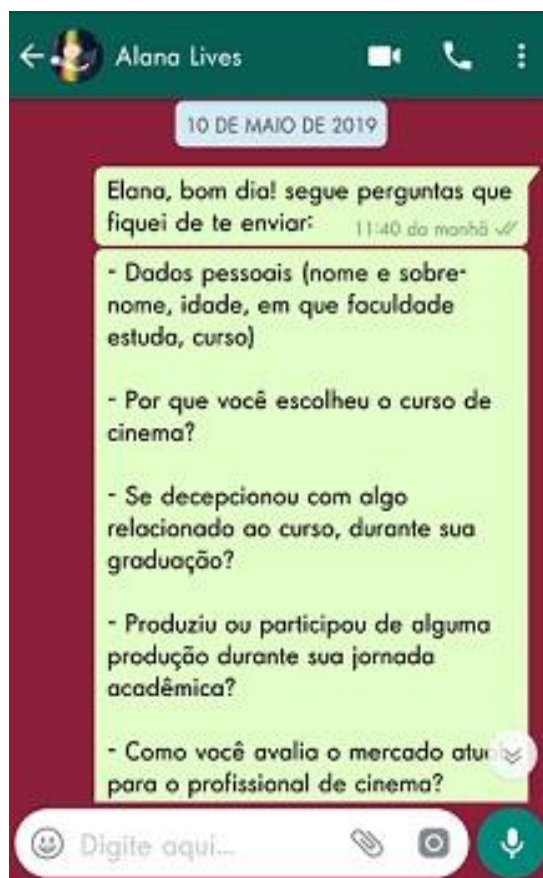


pauta seria em formato de entrevista, mas, baseados em alguns exemplos que vimos em algumas revistas impressas, mais voltadas para o público jovem, decidimos deixar em texto, como “declarações”, mais dinâmicas para a leitura, por se tratar de um espaço voltado para a comunidade universitária.

Conversamos com Rudyally Kony de Oliveira Souza, estudante do curso de cinema da UFRB, e com Alana Karoline Pinheiro, aluna do BI de artes com concentração em cinema, da UFBA. Achamos fundamental ter duas pessoas de instituições diferentes, que estudam com metodologias de cursos diferentes (já que um é graduação e outro Bacharelado Interdisciplinar) e de sexos diferentes — o que gera representatividade para o público leitor. Ambos são colegas de uma das alunas deste TCC, e todo o contato prévio e a entrevista foram feitos por redes sociais.



**Imagem 15 - Captura de tela da conversa com Rudyally Kony no Facebook**



**Imagem 16 – Captura de tela da mensagem enviada a Alana Karoline no aplicativo *Whatsapp***

### **Editoria:** Agenda

A editoria da agenda foi pensada para finalizar a revista, e estar presente em todas as edições, levando ao leitor informações sobre os próximos festivais e mostras de cinema e/ou audiovisual no Brasil. Apesar da “Glauber” ser uma publicação voltada para as produções baianas, a agenda pode ter informações de uma forma mais ampla. Não queríamos ficar limitadas aos festivais realizados aqui, pois os projetos gravados na Bahia podem concorrer nas disputas nacionais.

Como a primeira edição da revista será lançada em junho de 2019, priorizamos eventos que irão ocorrer após essa data, e que ainda estariam com inscrições abertas. Por isso, citamos o Festival Rio Webfest, que acontece em novembro; Panorama Coisa de Cinema, que acontece em outubro e Mostra de Cinema Negro, realizada em agosto. Alguns festivais foram citados por nossas fontes; para buscar outros, contamos com a ajuda da página “Tô dentro - Festivais

de Cinema”, disponível no Facebook, que atualiza constantemente o perfil com novidades sobre as próximas competições e mostras no Brasil. A conta possui mais de 5 mil seguidores na rede social.



Imagem 17 – Captura de tela da página “Tô dentro – Festivais de Cinema” no *Facebook*

**Editoria:** Resenhando

**Título:** A fome as injustiças sociais exploradas no filme “Os Fuzis”

A editoria “Resenhando” foi decidida de última hora, para preencher uma lacuna na revista. Inicialmente, nós teríamos uma coluna, feita por um profissional da área audiovisual, porém, nosso contato não nos enviou o texto à tempo da impressão. Assim, pensamos o que poderia ser feito para substituir o texto do colunista, e nossa ideia surgiu de uma dica dada anteriormente pela orientadora, que sugeriu um espaço dedicado à resenha de algum filme.

Além da palavra “resenha” definir um tipo específico de texto, ela ainda é bastante usada como expressão baiana, o que encaixou perfeitamente no tema da nossa revista. Para escrevê-la, usamos um texto previamente feito por uma das alunas deste TCC, sobre o filme “Os Fuzis”, um dos clássicos no cinema P&B no Brasil, gravado em Milagres, no interior da Bahia, e o transformamos em uma

resenha. O argumento original que deu uma base para a escrita da resenha usada na revista havia sido formulado em 2015, como atividade para a disciplina optativa “Cinema e História”, ofertada pela Facom.



Imagem 18 – Captura de tela de conversa no aplicativo *Whatsapp*

### 3.3 Projeto Gráfico

Várias fases envolvem a criação de um projeto, desde a pesquisa do que já existe no mercado até a escolha e disposição de elementos que irão compor a revista, como a tipografia, cores e também as imagens.

O processo de diagramação da “Glauber” foi bem linear, tentando ao máximo seguir com o fluxo determinado no início do projeto.

Nosso primeiro passo foi definir o estilo de grid, para isso, desenhamos e testamos alguns modelos até chegar ao ideal, logo depois, partimos para montagem do espelho da revista, para então, começarmos a pensar nas cores das editorias.

Iniciamos a diagramação pelo expediente e sumário, na tentativa de deixar mais claro a identidade da revista, facilitando a montagem das outras matérias. Em seguida, continuamos a diagramação pelas matérias que já estavam prontas, sempre colocando primeiramente o texto, e depois as imagens para conjugar os dois dentro dos grids. Quando sobrava algum espaço, utilizamos textos maiores, tipo, olhos ou box.

Após ter a revista toda montada, foi feito a capa. Já sabíamos como seria: fundo vermelho, foto grande com efeito, apenas a chamada da matéria de capa e quase nenhum texto. Por fim, foram inseridos os anúncios e feita as últimas revisões e ajustes.

Neste capítulo iremos falar sobre esse processo e cada uma das escolhas feitas.

### **3.3.1 Formato**

A Revista “Glauber” foi criada para ser impressa no formato de uma folha A4 (210mm x 297mm). Este formato, padrão das revistas impressas existentes, permite o aproveitamento de papel, consegue suportar todo o conteúdo que se pretende apresentar e, além disso, é fácil para o transporte, visto ser um formato o qual as pessoas já possuem familiaridade.

A “Glauber” tem 44 páginas, considerado um tamanho médio, apresentando um conteúdo de qualidade, mas não muito extenso. Dessas 44 páginas, somente 08 são utilizadas para publicidade. Os anúncios são distribuídos de maneira uniforme pela revista, não pesando para o leitor.

Além da versão impressa, a “Glauber” também está disponível para a leitura na plataforma online Issuu<sup>3</sup> ([https://issuu.com/revistaglauber/01\\_revista\\_glauber](https://issuu.com/revistaglauber/01_revista_glauber)), onde é possível folhear páginas de maneira prática, usando apenas as setas do computador. Outra vantagem é a visualização em alta qualidade, ao colocar o arquivo no site, ele mantém a resolução, garantindo que não haja perdas de informações ou cores. Por fim, a ferramenta permite que a leitura seja feita em tela cheia, independente do dispositivo que está sendo usado, estando disponível na web ou em aplicativos para smartphones e tablets.

### **3.3.2 Marca**

Para a “Glauber” foi pensada uma marca que comunicasse com eficiência os valores e a personalidade da revista. Tomando como ponto de partida a referência do audiovisual, principalmente do cinema, pôde-se construir uma marca simples e minimalista, mas que conversa não apenas com o conteúdo da revista como também faz uma ligação com o seu homônimo, Glauber Rocha.

O processo de criação da marca foi simples, consistiu basicamente em pesquisar pela fonte mais adequada, e que fizesse referência ao cinema, mas com um design moderno e dinâmico; depois de algumas buscas, optamos pela fonte Urban Inline. Após a escolha e aplicação da fonte, sentimos a necessidade de acrescentar um símbolo à marca, e assim decidimos pela ilustração de uma câmera antiga como alusão ao mais conhecido princípio de Glauber Rocha, "uma câmera na mão e uma ideia na cabeça".



Imagem 19 – Marca da Revista Glauber

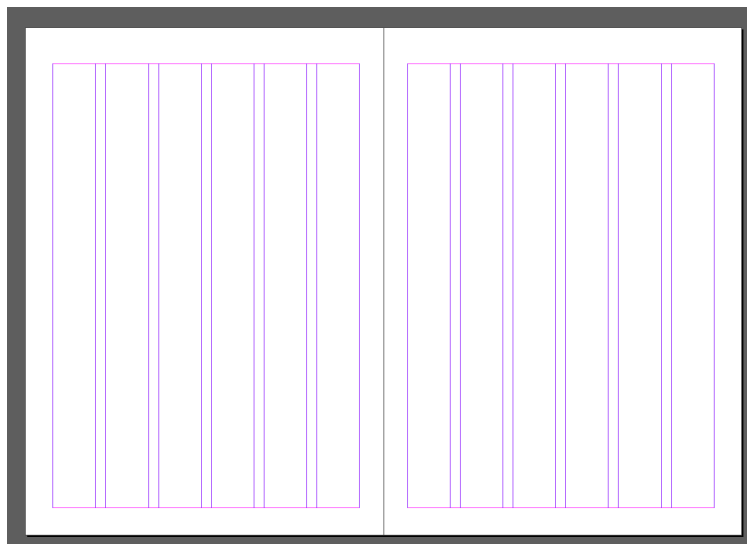
### 3.3.3 Grid

Para Ambrose e Harris (2009) o grid é um meio de dispor e relacionar os elementos de um design a fim de facilitar e auxiliar a tomada de decisões. O uso de um grid resulta em uma abordagem com maior reflexão e propicia maior precisão na disposição dos elementos na página, tanto em termos de medidas físicas como de proporção dos espaços.

Por esses motivos, optamos por um grid modular de seis colunas, principalmente, pelo fato de ser possível a combinação das colunas, de modo que não fique todas as páginas com um mesmo número de colunas de medidas iguais, o que geraria composições estáticas.

A margem da revista “Glauber” é fixa, com 16 mm nas margens inferiores e externas, 21mm nas superiores e 14 mm nas margens internas.

A escolha das margens e dos grids foi essencial para a harmonia entre cada elemento que compõe a revista e também para que fosse delimitada uma identidade necessária para ser reconhecida.



**Figura 20 – Grid base utilizado na montagem da revista**

### **3.3.4 Tipografia**

A função da tipografia é mais que transmitir mensagem em linguagem verbal escrita (NIEMEYER, 2010 p. 14). De maneira funcional, devem ser consideradas questões como legibilidade, hierarquia e clareza na transmissão verbal; e ao mesmo tempo questões subjetivas, tendo em vista que a tipografia também transmite informações não verbais e simbólicas.

A tipografia deve fazer com que o leitor não pare de ler, deve estimular a percepção da estrutura textual, e assim, facilitar a compreensão das informações.

A tipografia da “Glauber” foi escolhida levando em consideração a legibilidade e a legibilidade das páginas, mas buscando também proporcionar ao leitor a dinamização da leitura, para que o conteúdo seja passado da maneira mais confortável.

Para os textos, títulos, linhas finas e vinhetas da Glauber, foi escolhida a tipografia HP Simplified (Adobe). Como fonte complementar da revista, foi escolhida a fonte Gadugi (Adobe), sem serifa, conferindo um tom menos altivo e mais agradável à leitura, usada nos boxes.



### 3.3.5 Texto

Como principal componente da revista, temos o texto. É ele que contém e passa as informações que o leitor procura. Um texto com boa diagramação é essencial para o ritmo de leitura, dando ao leitor uma melhor compreensão.

Para os blocos de texto o alinhamento foi justificado, apresentando um volume melhor definido. O seu entrelinhamento foi de 12 pontos para facilitar a leitura. As capitulares são coloridas, no início dos parágrafos, seguindo a cor da editoria, sendo que os textos são compostos na cor preta. O texto se adequa juntamente com as imagens, sendo assim, quando necessário ocupa diferentes espaços no grid, mas sem ultrapassar o espaço equivalente a três colunas pré-estabelecidas.



Imagem 21 – Estrutura da Revista Glauber



Imagem 22 – Textos ocupando diferentes espaços no grid

### 3.3.6 Imagens

Para a criação da revista “Glauber”, a utilização de fotografias e imagens foi essencial, principalmente por se tratar de um tema relacionado com a estética e imagem, que é o caso do audiovisual.

As imagens utilizadas foram dispostas conforme malha diagramacional ou sangradas, desta forma fugindo dos padrões pré-estabelecidos. Por serem importantes as imagens na revista, na sua quase totalidade, há mais do que uma imagem por página.

Optamos por iniciar algumas matérias com imagens atravessando a dobra, dessa forma elas ampliam a escala da impressão e mudam a forma da dupla, fazendo-a parecer maior. Também colocamos, sempre que possível, imagens ao longo da parte superior, pois White (2006) coloca que é para onde olha quem folheia as páginas ao abrir pela primeira vez a revista.



Imagem 23 – Abertura dupla de matéria

### 3.3.7 Cores

As cores são um dos principais e mais poderosos estímulos dentro do projeto gráfico, sendo uma ferramenta incrivelmente útil na comunicação visual.

O padrão da revista é um estilo bem limpo, com o fundo branco aparecendo de forma predominante em suas páginas como ponto de fuga e descanso para os olhos do leitor. Pode ser aberta uma exceção para o fundo branco, no caso das matérias de capa.

Na "Glauber", as cores foram utilizadas como um sistema e são o marcador principal dentro da revista; cada editoria é relacionada a uma cor, e essa mesma é aplicada na parte inferior da página, bem como na vinheta, nas capitulares e, se houver, no olho e box. As cores utilizadas nas editorias são as seguintes:

- a) Cinema e Tv: Vermelho
- b) Além das telas: Azul
- c) Capa: Laranja
- d) Resenhando: Marrom (inicialmente editoria “coluna”)
- e) Internet: Verde
- f) Curtinhas Universitárias: Roxo
- g) Agenda: Amarelo



Imagem 24 – Cores utilizadas nas editorias

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto se propôs a apresentar as etapas de criação da primeira edição da revista "Glauber", uma publicação que acredita no mercado audiovisual baiano e que trouxe um espaço de destaque para esses produtos e profissionais, que enfrentam ainda hoje dificuldades para realização de suas obras. A Bahia é um estado culturalmente e tradicionalmente rico, não apenas em beleza, mas nas suas mais diversas expressões artísticas, e a representação de seu território e seu próprio povo em tela gera uma identificação e um reconhecimento que ainda vemos pouco

nas grandes salas de exibição, nas programações nacionais e nas plataformas online. É preciso apreciar nossa cultura e valorizar o que é feito em nosso estado. É possível, sim, fazer audiovisual de qualidade na Bahia, e nossas fontes estão aqui para provar isso.

Um dos motivos de termos escolhido uma revista como produto para o TCC era a possibilidade de exercitarmos, na prática, o que aprendemos durante toda a nossa trajetória na graduação. Fizemos pautas, reportagens, entrevistas, diagramação, edição e criação de conteúdo, e aprendemos bastante ao longo desse semestre, mesmo distantes da faculdade. Foi um período que nos proporcionou experiências quase profissionais, e talvez um dos períodos mais proveitosos dentro da nossa vida acadêmica.

Para além disso, acumulamos ainda diversos aprendizados com as falhas cometidas, que agora sabemos que são comuns dentro de qualquer processo criativo. Lidamos com pequenas frustrações e dificuldades, e temos certeza que cada uma delas nos ajudou a entender e lidar melhor com as tarefas que são de nossa responsabilidade — o que contribuiu para o nosso desenvolvimento como futuras profissionais deste mercado da comunicação. A "Glauber" nos mostrou todo um campo de possibilidades, e ouvir os relatos das fontes que nos ajudaram a criar nosso conteúdo foi enriquecedor.

Por fim, acreditamos que concluímos esse processo de forma proveitosa, mesmo que não tenhamos a oportunidade e/ou disponibilidade para investirmos nele após nossa formação, pois aprendemos, erramos e colocamos em prática todo o conhecimento acumulado dentro da Facom. Com a primeira edição da "Glauber", conseguimos atingir o nosso objetivo, de fazer um produto original, que valorizasse nossa região e trouxesse, ao mesmo tempo, matérias informativas e interessantes, com alguns dos melhores exemplos que encontramos de todas essas criações audiovisuais — sejam elas antigas ou atuais. Esperamos que a nossa revista inspire outros produtos com o mesmo segmento, e seja um espaço de apreciação de obras baianas, de forma aprofundada, dinâmica e crítica.

## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Impressão & acabamento: v. ação de produzir um material impresso; v. completar a criação ou decoração do material impresso**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BARBOSA, Fernando da Silva. **Novas formas de produção, plataformas e consumo de produtos audiovisuais na internet**. Fatec, Itaquaquecetuba, SP, v. 1, p. 45-59, 2014.

BORGES, Letícia de Castro. PEREIRA, Fábio Mariano Cruz. CORREIA, Evana de Melo. BORGES, Joiscineia Celestino. **A divulgação do cinema baiano nos anos 60: um estudo de caso**. Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, Universidade Salvador, BA, 2006.

CARVALHO, Maria do Socorro Silva. **A nova onda baiana; cinema na Bahia (1958-1962)**. Salvador, Edufba, 2003.

CINE SET. **Revista SET: um marco para o jornalismo sobre cinema no Brasil**. 2017. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=Aat\\_rl1EyjUI](https://www.youtube.com/watch?v=Aat_rl1EyjUI)>. Acesso em 23 de maio de 2019.

COELHO, Thiago Barboza de Oliveira. **Walter da Silveira e o clube de cinema da Bahia**. Revista de História, v. 2, p. 71-92, 2010.

LAHUDE, Katherine. GRUSZYNSKI, Ana. **Revista piauí: design editorial para um público com um parafuso a mais**. 10º Encontro Nacional de História da Mídia, Porto Alegre, RS, 2015.

MATOS, Rita de Cássia Araugão. MABEL, Sarah. **Flagrantes em Tela: a Televisão na Bahia (1960-1985)**. III Encontro Baiano de Estudos em Cultura, Cachoeira, BA, 2012.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: Uma apresentação**. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ROSSI, Gerald Abud. **O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas**. Dissertação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2008.

SPANNENBERG, Ana Cristina. ARAGÃO, Joana Maltez de. MENEZES, Juliana Cíntia Ferreira. Lourivânia Soares, SANTOS. **Do ceticismo à consolidação: a TV na Bahia. Notas sobre a primeira década de televisão em Salvador.** Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM) - v.1, n.2, jul.2012 / dez.2012.

RIBEIRO, Aurea Helena. MONTEIRO, Plínio Rafael. MARTINS, Fernando Dias. PEREIRA, Iêda Lima. **O Leitor e sua Relação com a Revista Impressa e a Revista Eletrônica - um estudo de caso.** XXXII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, 2008.

VIDAL, Eloisa Maia. MAIA, José Everardo Bessa. **A rede mundial de computadores: a internet.** Introdução à Educação a Distância, Universidade Federal do Ceará, CE, 2010.

TRIZOTTI, Patrícia Trindade. **A situação da mídia impressa brasileira e os impactos da era digital.** Oficina do Historiador, Porto Alegre, EDIPUCRS, v. 10, n. 2, jul./dez. 2017.

WHITE. Jan V. **Edição e Design.** 3. Ed. JSN Editora 2006. 238p.