

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

AGHATA DE LIMA GONTIJO

REVISTA CORPOVÍTREO

BRASÍLIA

2018
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

AGHATA DE LIMA GONTIJO

REVISTA CORPOVÍTREO

Projeto experimental de conclusão de curso apresentado à banca examinadora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como exigência para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, sob a orientação da professora Célia Matsunaga Higawa.

BRASÍLIA

2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram a produzir este trabalho. Especialmente a minha família que sempre me apoiou e os amigos que mantiveram a minha motivação com sua fé no meu potencial; aos professores que me guiaram, em especial a minha orientadora Célia Matsunaga; aos profissionais que colaboraram com esta ideia: Amaro Júnior, Maurenilson, Kléber, Pacífico, Aline Zouvi e Alexandre de Maio. Muito obrigada pela jornada.

RESUMO

Esta é a memória do projeto de revista sobre jornalismo visual, a Corpovítreo. Neste trabalho estão descritos todos os processos envolvidos na produção da publicação, desde suas primeiras ideias até as etapas finais. A Corpovítreo busca ser um canal de pesquisa e informação para quem se interessa por jornalismo e também por arte, principalmente o desenho. Ela é dirigida às pessoas interessadas em comunicação de forma geral e também para estudantes da graduação em jornalismo. O intuito do projeto é oferecer, por meio de matérias, entrevistas e reflexões acadêmicas, o debate acerca da profissão e da importância do jornalismo visual no cotidiano da produção jornalística.

Palavras-chave: Comunicação; jornalismo; revista; desenho; jornalismo visual.

SUMÁRIO

1.

INTRODUÇÃO..... 6

2. **OBJETIVOS DA PESQUISA**
..... 8

3.

JUSTIFICATIVA.....
8

4. **REFERENCIAL TEÓRICO**..... 10

4.1. **O QUE É A REVISTA**
..... 10

4.2. **BREVE HISTÓRIA DAS REVISTAS**..... 11

4.3. **BREVE HISTÓRIA DAS REVISTAS NO BRASIL**
13

4.4.1 **O QUE É DESENHO**
..... 15

4.1.2 **BREVE HISTÓRIA DO DESENHO**..... 16

4.4.3 **O DESENHO NO JORNALISMO**..... 19

4.4.3.1. **DESENHOS DE HUMOR**
..... 19

4.4.3.2 **ILUSTRAÇÃO**

EDITORIAL.....	20
4.4.3.3.	20
4.4.3.4	
QUADRINHOS.....	21
5.	METODOLOGIA
DETRABALHO.....	21
5.1.	IDEIAS
INICIAIS.....	21
5.2	PROJETO
EDITORIAL.....	22
5.3	CONSTRUÇÃO DE
PAUTA.....	23
5.4	PROJETO GRÁFICO E
DIAGRAMAÇÃO.....	23
6.	DESENVOLVIMENTO.....
24	
6.1.	PROJETO EDITORIAL DA
CORPOVÍTREO.....	24
6.2.	
REFERÊNCIAS.....	24
6.3.	PERFIL DA
REVISTA.....	26
6.4.	
EDITORIAS.....	27
6.5.	ESPLEHO DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA
CORPOVÍTREO.....	28
7.	PROJETO GRÁFICO – CORPOVÍTREO
.....	28
7.1.	REVISTAS OBSERVADAS
.....	29
7.2	DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO DA

CORPOVÍTREO.....	29		
7.2.1.			
MARCA.....	29		
7.2.2.			
TIPOGRAFIA.....	30		
7.2.3.			
FORMATO.....	31		
7.2.4. MANCHA GRÁFICA.....			
31			
7.2.5.			
GRID.....	31		
7.2.6.IMAGENS.....			
.. 32			
7.2.7.			
COR.....	33		
8.			
CONCLUSÃO.....			
35			
9.		REFERÊNCIAS	
.....	36		
10.		APÊNDICES	
.....	38		
10.1.		APÊNDICE	A
.....	38		

1. INTRODUÇÃO

A comunicação é um campo que promove encontros. Os conteúdos produzidos pelos espaços de comunicação cada vez mais recorrem à utilização de diversas linguagens para a transmissão de uma mensagem: são os encontros da técnica, tecnologia e meios. No jornalismo, a tendência de textos multimodais, ou seja, que compreendem diversas formas de linguagem (SILVA, SOUZA E CIPRIANO, 2015) alimenta a discussão acerca da participação e relevância de cada uma das formas conhecidas, até então, de se comunicar (escrita, oral, visual).

A comunicação visual acompanha a humanidade desde suas expressões primordiais. As impressões de mãos feitas no interior de cavernas indonésias¹ cerca de 40.000 anos atrás são fatos que destacam a ligação entre os dois campos que, posteriormente divididos para estudo, conservam entre si forte conexão: arte e comunicação.

Ambas as áreas sofreram mudanças reformatórias em suas definições e conceitos a partir da Revolução Industrial. A modernidade traz consigo as definições de comunicação de massa e arte no âmbito de sua reprodutibilidade técnica (BENJAMIN, 1955).

O advento, na comunicação, de meios como o jornal impresso, revista e, mais recentemente a internet, criam além de novas formas de se comunicar, novos formatos de consumo e disposição e lógica da informação. Conseqüentemente, esse processo gera uma linguagem visual que rompe com a lógica já existente até aquela época.

No caso do jornal impresso, seu aparecimento implicou na comparação com o livro. Sua linguagem visual diferente, no entanto, incumbiu o leitor de formular um raciocínio diferente para a captação da informação que não o que ele usava para o suporte anterior, pois ambos implicam tipos de leituras diferente (MCLUHAN, 1971). A linguagem visual que muda do livro para o jornal impresso, mesmo que ambos os suportes conservem algumas similaridades, causou não só uma forma de recepção diferente da mensagem mas, segundo Dondis (1997), também implicou na necessidade de um tipo de “alfabetismo visual”.

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como a linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funcional até os mais elevados

domínios da expressão artística. É um corpo de dados constituído de partes, um grupo de unidades determinadas por outras unidades, cujo significado, em conjunto, é uma função do significado das partes. (DONDIS, 1997, p. 4)

Esse alfabetismo visual que comporta a forma como as informações são dispostas na página, cartaz, ou tela, por exemplo, abarca não apenas o elemento escrito, mas tudo o que está ligado a ele e que também é comunicação. Assim entram, entre outros, os componentes imagéticos, como fotografias, ilustrações, infográficos etc.

No caso do jornalismo, a presença dos elementos visuais acompanha e conversa com a produção textual. Em *Visual Journalism* (MACHIN E POLZER, 2015), os autores escrevem sobre esta área que chamam de “negligenciada” pelos estudos do jornalismo.

Ainda, os elementos visuais dos meios, o modo como são empregados, arranjados e desenhados, seja em jornais, revistas, páginas virtuais, tablets e smartphones ou na televisão, contribuem de forma significativa para a mensagem transmitida. (MACHIN E POLZER, 2015, p. 1, tradução minha)

Machin e Polzer argumentam que os elementos visuais e a forma como são empregados contribuem significativamente para a mensagem levada. Logo, os elementos visuais são parte relevante da apreensão da mensagem comunicada, no caso do jornalismo, para a compreensão da notícia.

Assim como o surgimento do jornal mudou a forma de se consumir e se relacionar com o objeto jornal e o texto, a revista, após seu surgimento, transformou a relação com o texto jornalístico e também com a imagem. Conhecidas por serem veículos de maior liberdade para experimentação visual, elas, desde o princípio, apostaram em ilustrações e posteriormente fotografias para conquistar o seu público.

Produzir uma revista impressa em meio à crise de impressos enfrentada em todo o mundo é, no caso da *Corpovítreo*, uma tentativa de colaborar com a procura por alternativas na produção desse tipo de objeto. Com o surgimento dos e-books, muitos apostaram no fim do livro impresso, no entanto, hoje vemos ambas as mídias existindo ao mesmo tempo, cada uma com seu público cativo. Sobre a sobrevivência das revistas, cito Caldwell e Zapatterra:

O apetite mundial não só pelas revistas, mas também por sua criação, parece ser insaciável e em nenhum lugar isso é mais aparente do que no aumento dos zines (‘fanzines’ de baixa tiragem para público minoritário) publicados de forma independente e publicações de interesse especial, que atendem nichos de público no mundo inteiro. Essas publicações esperam

oferecer aos leitores algo que os títulos tradicionais, com sua busca por um grande volume de circulação, não oferecem. (CALDWELL E ZAPATERRA, 2014, p. 30)

Desta forma, o projeto experimental da revista *Corpovítreo* destaca uma de suas características mais relevantes - sua constituição gráfica - para discutir a presença do desenho nesse espaço, em uma espécie de metalinguagem, onde o jornalismo é a ferramenta utilizada para debater seu próprio aspecto visual e a revista, originalmente um espaço cativo das imagens, ilustrações e desenhos, é o receptáculo dessa discussão.

2. OBJETIVO DA PESQUISA

O objetivo principal do projeto é elaborar o projeto editorial e gráfico de uma revista de arte e jornalismo. Seu objetivo enquanto produto é oferecer um espaço que promova o casamento entre informação, texto e imagem na construção de um objeto noticioso.

O foco da revista está sobre as figuras, os desenhos, os cartuns, as charges e toda a gama de produções que usem o desenho e o jornalismo como base. É uma revista projetada para amantes da comunicação, do jornalismo, da arte, da crítica, da síntese e da representação.

Seu intuito é cobrir trabalhos que reflitam sobre essa relação entre jornalismo e arte e trabalhos que coloquem em prática esse vínculo, para mostrar como os dois universos conversam no cenário de produção brasileiro, e como estão muito mais próximos e interagem de forma mais frequente do que se possam imaginar em uma primeira reflexão.

O desenho merece um lugar de destaque dentro do jornalismo, pois, há tempo, vem sendo utilizado por ele como gênero (MEDINA, 2001). A *Corpovítreo* busca criar um espaço que reúna e discuta esse papel.

Seu diferencial está em oferecer o destaque à ilustração, utilizá-la como foco e chamar, assim, a atenção para o gênero e os atores envolvidos em sua produção como artistas, jornalistas, designers, ilustradores, etc.

3. JUSTIFICATIVA

Um dos pontos que motiva este estudo é a multidisciplinaridade do assunto. Quando se trata de comunicação, cabe manter em mente que o campo comunicacional é tão vasto e ativo que se torna pouco provável encontrar um assunto que não resvale no tema.

Entretanto, alguns elementos recebem relevância menor no agendamento acadêmico e não são abordados em tudo que a sua complexidade permite. A comunicação visual é melhor explorada nos cursos de audiovisual ou publicidade, mas na graduação em jornalismo da Universidade de Brasília (UnB), por exemplo, o tópico é relegado à encontrar alguma imagem que mostre a fonte da matéria, ou produzir uma ilustração para o texto que é difícil de ser fotografado.

Ao consumir um texto jornalístico hoje, é muito provável que o leitor se depare com mais estímulos do que apenas a tipografia e as palavras escritas sobre um retângulo estipulado na página. A área de planejamento gráfico, responsável por distribuir os elementos sobre a página, é parte relevante da forma de fazer jornalismo e comunicação na nossa era imagética. O leitor estabelece sua primeira relação com o produto pela sua visão. Desta forma, é mister que a mensagem que se deseja comunicar seja atrativa da perspectiva visual.

Os desenhos produzidos com função jornalística, sejam eles ilustrações, infográficos, charges, cartuns etc. são recursos utilizados nesta comunicação. Essas peças, são produzidas ora por artistas que se inserem na lógica jornalística, ora por jornalistas com a aptidão e sensibilidade para o desenho que os permite contar histórias também através dele. Em uma matéria ilustrada, por exemplo, se desenvolvem processos entre jornalista, artista e leitor que dizem muito sobre a apreensão e produção de significado a partir da mensagens, seus suportes e a sua linguagem.

A ideia de produzir uma revista que reúna alguns desses elementos e atores é um passo em busca de evidenciar, principalmente para a geração de jornalistas que se forma, as possibilidades infinitas da relação que se estabelece entre o desenho, a imagem, a palavra e a informação.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 O QUE É A REVISTA

A palavra revista é definida em nosso idioma como a ação de examinar algo de forma minuciosa. Esse significado pode ser uma das chaves que ajuda na compreensão da constituição da publicação periódica a qual denominamos com a mesma palavra. Uma revista é, portanto, uma peça comunicacional que se dedica ao exame, supostamente mais aprofundado, de um assunto.

Daí também vem a explicação para sua periodicidade uma vez que, diversamente ao jornal de publicação diária, as revistas são publicadas em regimes temporais que variam entre tiragens semanais, mensais, semestrais e até mesmo anuais.

As revistas, por sua vez, apresentam conteúdo variado, que vai desde publicações científicas, técnicas, focadas na produção de notícias diárias ou na cobertura dos interesses de um público específico.

No entanto, mesmo as que se dedicam à produção de conteúdo variado e de notícias diárias, consideradas parentes mais próximas dos jornais diários, se diferenciam dos mesmo por causas que abrangem desde a forma até a linguagem.

Seu formato mercadológico mais conhecido se aproxima mais dos formatos dos livros, por exemplo, dimensões menores e mais confortáveis para leitura e transporte, do que dos jornais. Também cabe ressaltar a diferença no planejamento editorial, nos recursos gráficos empregados e em muitas outras etapas de produção.

Se por um lado, o jornal diário que circula pelas bancas traz matérias intrinsecamente ligadas à noção de novidade, aos furos jornalísticos, por outro a revista ocupa o lado oposto do espectro, apostando no aprofundamento das pautas, sejam elas sobre fatos novos ou tópicos de conhecimento geral do público.

“Até por causa de sua periodicidade - que varia entre semanal, quinzenal e mensal -, elas (revistas) cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2003, p. 13)

Outro ponto que diferencia essa mídia de suas companheiras transmissoras de informação é que coube à revista, especialmente, suscitar uma espécie de apego emotivo e uma identificação bastante peculiares à este objeto. A jornalista e doutora em comunicação e semiótica, Marcia Benetti descreve o item como uma materialidade periódica que “estabelece uma relação direta e emocional com o leitor” (BENETTI, 2013, p. 45).

Esta relação com o leitor se traduz em uma conversa mais próxima na qual a revista não só desenvolve uma voz característica para se conectar a quem a lê, como troca conhecimento, mensagens e até mesmo confidências com seu público, como a exemplo das revistas voltadas ao público adolescente, como a *Capricho* (Grupo Abril, 1952) que aconselha suas leitoras sobre que roupa vestir e como se comportar.

Sobre a relação de exibição de estilos de vida e modelos de comportamento, Marcia Benetti explana:

Em associação com a noção de atualidade, o jornalismo de revista instaura outro conhecimento relevante: o da experiência. As revistas indicam modos de vivenciar o presente: pelo estímulo à experimentação, pela identificação com a experiência de outro, pelo conhecimento sobre o que cerca a experiência. O acontecimento é parte da construção da experiência humana. (BENETTI, 2013, p. 46)

A jornalista Marília Scalzo, ilustra a identificação e noção de pertencimento que o público estabelece especialmente com este tipo de publicação: “Não é à toa que leitores gostam de andar abraçados às suas revistas - ou de andar com elas à mostra - para que todos vejam que eles pertencem a este ou àquele grupo”. (SCALZO, 2003, p.12)

Desta forma, a revista também se mostra uma grande fonte de pesquisa histórica e documentação. Não só o seu conteúdo é capaz de proporcionar uma inspeção do passado onde foi produzido, mas também a sua forma característica de se aproximar do público-alvo é fonte rica de pistas sobre a personalidade, o perfil e o pensamento de tal grupo em determinada época e situação.

Esta fotografia de uma geração, por sua vez, só é possível pela forte tendência de segmentação presente nas revistas. Desde sua concepção, esse veículo apostou no leitor que é parte de algo. Ora nas mulheres, ora nos consumidores de carros etc., como explica Scalzo: “Entre as revistas, a segmentação por assunto e tipo de público faz parte da própria essência do veículo.” (SCALZO, 2003, p. 14).

4.2 BREVE HISTÓRIA DAS REVISTAS

Esse modelo de publicação periódica, tem seu surgimento apontado pelo aparecimento de exemplares na Alemanha, França, Inglaterra e Itália do século XVII. O formato da época, uma espécie de meio caminho entre os jornais e o livro, abrigava a publicação de textos específicos e especializados. A literatura aponta que a primeira publicação classificada como revista foi a alemã “Edificantes discussões mensais” de 1663, fundada pelo teólogo Johann Rist. O veículo era monotemático e publicava artigos sobre teologia com periodicidade regular. Na mesma época, outras publicações monotemáticas começaram a surgir.

Uma configuração mais próxima do que o que consideramos hoje como revista, apareceu nos periódicos do século XIX, com publicações que abordavam generalidades e ofereciam variados tipos de informação com enfoque maior em entretenimento. Com o avanço das técnicas gráficas (MARTINS, 2001) e o crescimento da publicidade, que passou a custear as revistas, as publicações se tornaram mais acessíveis e frequentes.

Essa combinação de fatores fez com que o objeto se tornasse popular, conquistando e criando novos leitores em uma lacuna que não era preenchida nem pelo jornal, nem pelos livros eruditos.

Nesta mesma época surge também a primeira revista ilustrada. A *The Illustrated London News* (1842) representa para a época um modelo revolucionário que se mostrou muito bem-sucedido, principalmente nas camadas menos alfabetizadas

da população.

A partir do século XX as evoluções técnicas continuaram a aprimorar e baratear as revistas, transformando-as em um objeto de consumo ainda mais sedutor. Com a popularização também dos meios de produção, mais publicações começaram a surgir porque era mais barato fazer revista.

Neste contexto de experimentação, volumes nasceram e morreram com a mesma rapidez. No entanto, publicações que se tornariam grandes também foram geradas. A exemplo das realizações bem sucedidas estão nomes como a revista *Time* (1923), a *The New Yorker* (1925) e a nacional *Veja* (1968).

Com o surgimento da internet, no entanto, as relações com as revistas têm mudado. A crise dos impressos acabou por encerrar a vida de muitas revistas, mas também por dar início à jornada de tantas outras, desta vez no ambiente online.

No entanto, cabe ressaltar que a revista impressa continua a ter seu espaço e sua importância, não só na história das publicações impressas, como também nos dias atuais. O seu valor documental e a relação que se estabelece com o objeto material ainda inspiram e motivam muitas pessoas que insistem em produzir para esse mercado e que se dedicam a consumi-lo, buscando alternativas para a sua sobrevivência.

Iniciativas voltadas para publicações independentes e de poucas tiragens têm gerado experiências interessantes nesse sentido. É o caso, por exemplo, da New York Art Book Fair, evento anual realizado no MoMA PS1 em Nova York. A feira é organizada pela Printed Matter, Inc, uma organização independente que tem por missão abrigar a distribuição e produção de publicações feitas por artistas do meio impresso.

4.3 BREVE HISTÓRIA DA REVISTA NO BRASIL

No Brasil, a imprensa tem seu início definido com a chegada da Família Real portuguesa em 1808. A criação da Imprensa Régia possibilitou a publicação, em território nacional, da Gazeta do Rio de Janeiro, que cobria notícias do interesse da monarquia. No mesmo ano, no entanto, surge o Correio Braziliense, jornal criado por Hipólito José da Costa fora do Brasil, mas que divulgava notícias de cunho político sobre o Brasil.

Anos depois, em 1812, surge a primeira revista brasileira publicada de

acordo com o que já se compreendia como revista pelo mundo. “As Variedades ou Ensaio de Literatura” foi publicada em Salvador e oferecia material ligado à moral e aos costumes da sociedade da época.

Ainda no século XIX nascem publicações segmentadas, como a primeira revista feminina nacional: a Espelho de Diamantino, e também publicações que procuram abarcar grupos maiores de leitores, como a revista de variedades A Marmota da Corte (1849), veículo que apostava nas ilustrações como forma de conquistar leitores (BAPTISTA E ABREU, 2011). Na mesma linha, ainda com a aposta em conteúdo ilustrado, surgem as revistas Semana Ilustrada (1860) e a Revista Ilustrada (1876).

As últimas são dois exemplos de uma classificação que ocorreu dentro do mercado de publicações. As revistas ilustradas foram produzidas em todo o mundo durante o século XIX, e eram caracterizadas por conter textos pequenos e em pouca quantidade, que davam espaço e ênfase para as ilustrações reproduzidas nas páginas.

Convém insistir no impacto causado pelas publicações ilustradas, sobretudo no Brasil, distante e defasado em relação ao estágio gráfico da imprensa estrangeira, em momento em que a fruição da imagem era prazer de poucos. (MARTINS, 2001, p.41)

A Semana Ilustrada surge em 1860, como uma dessas publicações. Seu formato era pequeno e comportava apenas oito páginas no total. Quatro delas dedicadas ao texto e as outras quatro às ilustrações. Criada pelo artista alemão Henrique Fleuiss, a revista teve muitas de suas páginas ilustradas por ele mesmo, mas também contou com diversas colaborações de outros artistas.

A publicação foi, como aponta Santiago (2017), um produto da imprensa ilustrada, que ganha força a partir das inovações tecnológicas e do interesse do leitor. A ilustração assume tal importância para o público que, durante a Guerra do Paraguai (1864-1870), a Semana Ilustrada (assim como outros veículos ilustrados) ofereceu uma cobertura visual do conflito, feita por meio de desenhos.

Na mesma linha de produção, logo após o fim da Semana Ilustrada, surgiu a Revista Ilustrada em 1876. Criada pelo desenhista italiano Angelo Agostini, a publicação possuía uma forte linha política e satírica, atuando na frente da abolição da escravidão no país e a favor da criação de uma república brasileira.

A revista empregou em suas páginas caricaturistas e desenhistas e foi responsável pela criação de grandes personagens fictícios da imprensa brasileira,

como o 'Dr. Semana' e o 'Moleque'. A revista acaba em 1898, já sob a direção do caricaturista Pereira Neto.

No século XX, a fotografia aparece de vez como protagonista nas revistas brasileiras. Desta forma, as revistas ilustradas que antes eram povoadas de desenhos, caricaturas e charges, se transformaram e passaram a estampar suas páginas com imagens fotográficas. Uma das pioneiras nessa transição foi a Revista da Semana (1900).

A época foi marcada pelo nascimento de revistas ilustradas como a O Malho (1902), a Kosmos (1904), a Fon-Fon! (1907). Em 1928, no entanto, surge uma das revistas ilustradas de maior expressão na primeira metade do século XX, a O Cruzeiro.

Essa publicação lançada pelo conglomerado Diários Associados, de Assis Chateaubriand, revolucionou o mercado de revistas com suas decisões quanto à programação visual e editorial do veículo. Com foco no fotojornalismo, a revista publicou grandes reportagens e deu ênfase às duplas de repórter-fotógrafo na construção das matérias. Apesar de tanta inovação, a O Cruzeiro veio ao fim em 1975.

Em 1952 surge a revista Manchete, veículo de inspiração moderna, também muito ligado à fotografia. Juntamente com a O Cruzeiro, Manchete tomou o posto de uma das maiores revistas brasileiras em sua época.

Também no século XX, surge a revista Realidade, em 1966. Lançada pela editora Abril, a publicação ainda é definida como uma das iniciativas mais ousadas na produção nacional. Realidade ficou conhecida pela sua forma diferenciada de abordar o jornalismo, a relação com o jornalista, o texto, as imagens e a diagramação. A revista abordou temas polêmicos em matérias com profundidade e ofereceu liberdades para o texto jornalístico como as vistas no jornalismo literário. A revista encontra seu fim em 1976.

Em 1968 surge uma das maiores revistas semanais de informação, a Veja. Lançada pela editora Abril, a revista encontrava grande inspiração na norte-americana Time. Sua circulação semanal permitia que a Veja desse ênfase à cobertura aprofundada dos eventos e oferecesse análises do que havia acontecido durante uma publicação e outra. Em seguida ainda surgiram as revistas Isto É, Época, Carta Capital e Exame. Nenhuma delas, entretanto, ultrapassou o posto da Veja de revista de maior

circulação no Brasil.

No século XXI as revistas nacionais encontram dificuldades para se manter no mercado. A Editora Abril, a líder no segmento comunicou em 2018 o fechamento de dez publicações em uma reestruturação da empresa. A mudança deve-se à uma crise financeira enfrentada pelo grupo desde 2017, que ocasionou prejuízos ao patrimônio da Editora.

4.4 O QUE É O DESENHO

Em Dossiê do seminário *O desenho e seus percursos*, ocorrido nos dias 30 e 31 de maio de 2012 e organizado pelo doutor em artes, Flávio Gonçalves, e o doutor em poéticas visuais, Nico Rocha, algumas reflexões sobre o significado do desenho foram expostas. Uma delas aponta:

O desenho é um meio de expressão de fácil acesso que experimentamos de forma direta, de modo informal ou calculado. Ele é exercício, desafio e fuga (o plano de fuga quase sempre é desenho) (...) Ele liga duas partes separadas e díspares, mas também leva de uma coisa a outra, de uma instância a outra. Ele pode estabelecer uma interlocução, ponte, entre disciplinas não afins; pode fazer a transição de um saber a outro. (GONÇALVES E ROCHA, 2013, p. 20-21)

Essas reflexões são propostas de entender um objeto das artes que muitas vezes causa confusão com as suas variadas definições. Esse campo se relaciona e, em alguns casos, se confunde com o da pintura, quando assume atributos demasiadamente artísticos, por exemplo; com do design, quando a sua tendência de projetar é mais acentuada, e assim por diante.

Nenhuma dessas definições, cabe colocar, estão incorretas, assim como nenhuma delas segura consigo a limitação do campo do desenho. O desenho é uma imagem, o que por sua vez pode ser definida como a representação de algo.

Qualquer imagem é sempre um modo de "traduzir" aspectos da realidade, que de outra forma não são "visíveis". A imagem permite "ver" mesmo para além de todos os dados que participam na construção da representação. (MARQUES, 2006, p.12)

Desta forma, o desenho é uma das ferramentas das quais a humanidade se utiliza também para ilustrar a sua realidade. Por isso, as primeiras manifestações do desenho das quais se tem conhecimento, remontam ao período de desenvolvimento da comunicação entre os seres humanos.

O desenho é então uma ferramenta da arte, mas também uma parte

importante da nossa comunicação, baseada na representação por imagens do que pensamos, fazemos e projetamos em diversas épocas da nossa existência como espécie. Desta forma, “o desenho nos seus vários tipos e funções é um meio com o qual, ou a partir do qual organizamos visualmente o conhecimento das coisas e do mundo” (MARQUES, 2006, p.27).

A função de representatividade atribuída ao desenho, no entanto, está diretamente ligada ao passado da prática, quando esta era fortemente ligada à atividade da pintura. Com o surgimento do impressionismo, no entanto, o desenho perde importância e passa a ganhar “autonomia”, aparecendo como “exercício poético específico e não tributário a outra técnica” (GODOY, 2013, p. 88).

Portanto cabe colocar que nem todas as expressões que se valem do desenho o fazem de forma a produzir uma imagem que tenha conexão direta com a realidade externa. Pelo contrário, muitas manifestações que se utilizam do desenho procuram exprimir ideias internas que não encontram eco no mundo externo.

É na Renascença que o desenho será definido não somente como este contato da ferramenta sobre o suporte, mas como uma forma de pensar específica, fundamentalmente ligada à projeção ideias. O conceito italiano de *disegno* fará referência à imaginação do artista, à projeção mental de um determinado trabalho. (GODOY, 2013, p. 86)

Em decorrência disso, o desenho é encontrado em diversos campos do conhecimento e da sociedade. É possível identificá-lo em exposições de galerias dedicadas à arte erudita, ao mesmo tempo que nos deparamos com ele em produtos e embalagens para consumo popular.

4.5 BREVE HISTÓRIA DO DESENHO

O desenho é um elemento presente durante todo o curso da humanidade e remonta às expressões mais antigas do ser humano de que se tem registro até hoje. Seu ponto de partida fica definido pela existência dos desenhos rupestres da Pré-história, feitos há milhares de anos atrás. Os traços de tal arte, deixados na maioria das vezes no interior de cavernas espalhadas pelo mundo, são vestígios de uma época na qual a humanidade se utilizava das paredes para colocar situações cotidianas, contatos com animais e registros abstratos, de forma a comunicar mensagens que, ainda hoje, são difíceis de interpretar precisamente.

A criação de imagens, assim como a escrita, marcou a Antiguidade. Os desenhos se encontravam desta vez aliados ao texto, ambos integrados para documentar atividades da realeza, ilustrar propósitos religiosos e registrar a complexidade das sociedades da época. A produção visual de civilizações como o Egito e Mesopotâmia demonstram o papel desempenhado pela imagem de importante ferramenta de representação da vida real e das crenças que compuseram esses povos. As ilustrações decorativas feitas em homenagem a deuses e heróis gregos e os livros ilustrados pelos romanos são registros históricos do mundo clássico e da sua compreensão da imagem.

A Idade Média trouxe os manuscritos, as iluminuras e a pintura de painéis. As expressões artísticas da época estiveram rigidamente ligadas ao Clero, o que se traduz nas representações religiosas dos desenhos extremamente elaboradas contidas em manuscritos medievais.

Na Renascença, Johannes Gutenberg inventou a impressão por tipos móveis, o que permitiu que livros pudessem ser produzidos em massa por um processo mecânico. Até o período, não havia diferenciação entre a profissão de produção de imagens e outros ofícios. No final da Renascença, no entanto, o trabalho de artistas como Michelangelo começa a ser caracterizado como mais do que uma habilidade. Esta época também coincide com o início da Era de Explorações da Europa, o que levou muitos artistas a acompanharem expedições para registrar os eventos e descobertas por meio de ilustrações.

No início do século XVIII, as colisões entre as classes sociais na Europa fomentam uma arte mais focada em questões sociais. As ilustrações que, agora, já são difundidas por meio das impressões em massa, retratam a vida urbana e adquirem qualidade crítica. O pintor, gravador e ilustrador inglês, William Hogarth (1697-1764) produziu desde retratos até histórias em quadrinho satíricas e caricaturas.

Em uma de suas produções, intitulada '*A Harlot's Progress*' (1732), Hogarth retrata, em uma narrativa construída basicamente de imagens e quase nenhum texto, a visão da opinião pública sobre o cenário da prostituição em Londres. Isso se traduz na personagem criada por Hogarth, Moll, uma garota inocente do interior que chega à cidade e é aliciada para entrar na prostituição por uma dona de bordel, é presa, morre doente e humilhada e encontra um fim solitário sendo velada por pessoas que não se importam com a sua morte.

Com a Revolução Industrial, uma das mudanças provocadas na sociedade foi o aumento no número de pessoas alfabetizadas que buscavam a leitura por meio de livros, jornais e revistas. Desta forma, as tecnologias de impressão continuaram a serem aprimoradas e as ilustrações consolidaram seu aparecimento nessas publicações.

Caricaturas, desenhos políticos e cartuns se tornaram cada vez mais populares. Foi na segunda metade do século XVIII que a publicação de desenhos nas páginas dos jornais se popularizou.

No século XIX a distribuição de revistas e jornais cresce com os serviços de correio e as viagens de trem na América do Norte. Agora essas publicações se espalham facilmente de norte a sul e as pessoas passam a acessar a informação de forma mais rápida e fácil. As revistas ilustradas e os livros são o palco para o surgimento de diversos nomes da ilustração, como Thomas Nast (1840-1902), considerado o pai do cartum político norte-americano ².

No fim do século XIX e na primeira parte do século XX, esse tipo de desenho continuou a fazer sucesso, cada vez mais impulsionado pelas novidades tecnológicas e pelo avanço na distribuição dos impressos. As revistas se destacam nesta época por se tornarem um grande mercado para os ilustradores, uma vez que o desenho era visto como uma necessidade para que os veículos fossem bem sucedidos com o seu público. Um destaque especial vai para as revistas femininas que ocupavam suas páginas com desenhos de figurinos e de modelos da mulher do século.

As ilustrações foram, principalmente durante o século XIX, o recurso visual de escolha das revistas. Muitos desenhos estampavam as capas das publicações, assim como suas páginas, ora em formato de anúncios publicitários, ora como caricaturas, cartuns, charges ou mesmo como narrativa visual de acontecimentos.

Com o advento da fotografia no século XX, as revistas começaram a optar pelas imagens fotográficas nas suas publicações. Por outro lado, o mercado de desenho para publicidade teve um crescimento expressivo e as ilustrações começaram a ser cada vez mais aproveitadas em cartazes e venda de embalagens. O desenho também foi usado como recurso de propaganda na Primeira Guerra Mundial (1914-1918).

A imagem desenhada pelo ilustrador James Montgomery Flagg (1877-1960) no cartaz das Forças Armadas onde Tio Sam (personagem que é a representação dos

Estados Unidos) aponta o dedo para o espectador, acompanhado da frase I Want You FOR U.S Army (Eu quero você para o exército dos Estados Unidos, tradução minha), ainda é um dos símbolos mais famosos da época.

No mesmo século, o animador Walt Disney cria o Disney Brothers Animation Studios (1923) que, mais tarde, viria se chamar Walt Disney Company. A companhia especializada em realizar desenhos infantis animados deu início a uma outra era para a ilustração. Na mesma época surge também a companhia Warner Bros (1923). Ambos os estúdios fomentam a produção de desenhos para crianças, com a criação de personagens marcantes que sobrevivem até hoje, como Mickey Mouse e Pernalonga.

Durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o desenho foi mais uma vez aproveitado pelas propagandas de guerra. Muitos artistas da época também produziram desenho de opinião, como cartuns e caricaturas para jornais sobre o tema da guerra.

Os anos 60 traz uma mudança de padrões de vida que reflete na arte da época. A música conquista um espaço popular que afeta as representações gráficas adotadas no desenho de produtos, na publicidade, no jornalismo etc. Nas décadas de 70 e 80, a expansão da sociedade de consumo cria espaços novos para os ilustradores. Agora esses profissionais desenham para diversos meios de comunicação, produzem arte para livros, revistas, publicidade, música, jogos e muitas outras plataformas.

A partir dos anos 90, com a popularização dos computadores pessoais e a inovação de diversos softwares direcionados à criação de arte, a relação com o desenho passou por modificações. A ilustração digital promoveu estilos de arte e processos diferentes, como a lógica de produção. A partir dos anos 2000 os desafios propostos pelo ambiente digital e pela internet persistem. Artistas que trabalham com desenho ainda procuram espaços que garantam a sobrevivência de suas produções. Por outro lado, esses profissionais também encontram e forjam constantemente novas possibilidades de mercado e caminhos inéditos para suas ilustrações.

4.6. O DESENHO NO JORNALISMO

Neste trabalho, o desenho que discutimos é aquele produzido no âmbito da comunicação jornalística. As imagens que são reproduzidas nos veículos de

comunicação buscam transmitir uma mensagem ligada ao componente factual dos acontecimentos. Nesse cenário, as modalidades mais usuais são os desenhos de humor; as ilustrações editoriais; os infográficos e os quadrinhos.

4.7. DESENHOS DE HUMOR

Pela denominação de desenhos de humor é como são conhecidas as caricaturas, charges e cartuns. Estas representações gráficas aparecem nos veículos de informação em seus próprios espaços, independentes de matérias ou reportagens, independentes, até mesmo, de qualquer texto. Como explica o ex-diretor do Museu de Arte Contemporânea MAC/USP, Teixeira Coelho, no livro *Arquivo em imagens: série Última Hora ilustrações* (1999) sobre a caricatura, “ela deve alcançar um plano que o texto não pretende ou não pode atingir”.

Desta forma, os desenhos de humor não se propõem a agir como textos ou mesmo a acompanhá-los, com exceção de alguma frase abaixo de um cartum. Cabe à eles, no entanto, se relacionar com o contexto geral da realidade, seja na caricatura que parece com uma figura pública, seja no cartum ou na charge que retratam o contexto de um período político, por exemplo.

4.8. ILUSTRAÇÃO EDITORIAL

A ilustração, no caso editorial, faz parte do conjunto do que se chama Planejamento Gráfico do jornal, revista etc. Em *The Fundamentals of Illustration* (2005) Zeegen aponta:

Usar ilustração faz muito sentido para o editor de um suplemento de jornal ou revista. Com o uso da fotografia para apresentar a imagem como um fato, a ilustração pode ser aplicada como recurso para indicar um ponto de vista ou uma ideia. (ZEEGEN, 2005, p. 88, tradução minha)

Nesse caso, o desenho acompanha um texto e estabelece uma relação com ele. A ilustração só existe a partir da matéria a ser ilustrada. O ilustrador trabalha em conjunto com o repórter em uma página para criarem, os dois, a mensagem a ser transmitida.

No caso de um editorial ou de uma coluna de opinião, admite-se, muitas vezes, que a ilustração não assuma a característica de representação de imagens

ancoradas na realidade, permitindo que o artista produza desenhos abstratos, por exemplo, para representar um sentimento ou um conceito igualmente abstrato. Em outros casos, a ilustração editorial deve se basear em elementos mais parecidos com a realidade para transmitir o seu significado.

4.9. INFOGRÁFICO

O infográfico é, por definição, a apresentação gráfica da informação. Esse recurso é utilizado no jornalismo, principalmente, para explicar sistemas, mapas e qualquer outro assunto que necessite de muitas linhas de texto para fazer sentido. É também uma forma mais dinâmica e visual de colocar um tema. Para isso, o infográfico se faz valer de várias ferramentas, como o próprio texto, a fotografia, o desenho, os gráficos e, até mesmo, a animação.

O designer e infografista do jornal O Globo, Alessandro Alvim define¹: “O advento da internet tornou o trabalho mais complexo, por envolver aspectos cognitivos diferentes: usabilidade, interação, informação, design e por aí vai. Hoje, somos mais que infografistas, somos *storytellers*, contamos histórias através de recursos audiovisuais e gráficos”.

4.10. QUADRINHOS

Esse estilo de desenho assume no jornalismo uma classificação própria: a de jornalismo em quadrinhos. Essa nomenclatura se refere à prática de contar histórias jornalísticas por meio dos recursos visuais empregados na produção de quadrinhos.

Reconhecendo como seu precursor o jornalista e quadrinista Joe Sacco, o jornalismo em quadrinhos segue as estruturas estabelecidas por Sacco com o seu trabalho *Palestina*, onde combina características do jornalismo, como apuração e dos quadrinhos, como a elaboração de roteiro.

5. METODOLOGIA DE TRABALHO

O desenvolvimento da revista Corpovítreo se deu a partir das etapas de ideias iniciais, produção do conteúdo, criação do projeto editorial e diagramação da revista.

5.1. IDEIAS INICIAIS

A ideia inicial Corpovítreo era a de uma revista que abordasse a utilização do desenho no jornalismo. Sua concepção partiu de um diagnóstico, por minha parte, do tratamento insatisfatório que esse gênero de jornalismo visual recebia na graduação de jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Apesar das diversas contribuições de peso já oferecidas ao jornalismo pelo trabalho de artistas diversos, o desenho que aparece nas páginas de jornais, revistas e portais jornalísticos ainda não é abordado com seriedade no ambiente acadêmico no qual estou inserida. Por isso, a inspiração para produzir um objeto de comunicação completamente dedicado à esse tipo de produção e aos atores envolvidos nela.

A revista que foi produzida a partir dessa vontade, pouco se parece com a idealização do início do projeto. Isso se deve aos aprendizados que o caminho de elaboração e pesquisa que levou até a Corpovítreo trouxe. O contato com profissionais da área, com pesquisadores e com estudos acerca do tema, expandiram as possibilidades de abordagem e também o meu entendimento sobre a atividade, a

profissão e a arte.

A escolha pela produção de uma revista veio da necessidade de contar todas as histórias com as quais me deparei durante a pesquisa. A cada momento em que conhecia um novo profissional, uma forma diferente de fazer e um ambiente novo de produção, mais possibilidades de texto se mostravam à minha frente.

Seguindo então as tendências do mercado de segmentação, me propus a produzir uma revista que contasse algumas das histórias que conheci, com o intuito de dividir um pouco desse universo com pessoas que compartilhem comigo da mesma curiosidade e paixão pelo aspecto visual do jornalismo.

5.2 PROJETO EDITORIAL

Nesta etapa do desenvolvimento do projeto me dediquei a estabelecer uma cara para a revista. Com poucas referências de veículos totalmente voltados para a abordagem da imagem, comecei a pesquisar o jornalismo de revista para tentar estabelecer uma voz para os textos e uma identidade para a abordagem dos tópicos.

Minhas fontes de inspiração para o projeto vieram, no entanto, de publicações independentes variadas. Uma grande referência foi a Speak Magazine (1995-2001) por sua forma aparentemente descontraída de ser. Tanto na voz, quanto nos assuntos e, principalmente, na programação gráfica, a Speak Magazine se mostrou disposta a ousar e inovar no mercado de revistas.

Ao optar por fazer um projeto impresso em uma era que enfrenta a crise do impresso, precisei me valer dos pontos positivos desse tipo de publicação e também das novas tendências apontadas pela época.

Fazer uma revista que não se propusesse a ser diferente, a testar coisas novas, a questionar o modelo pré-estabelecido pelo mercado não fazia sentido, pois os modelos antigos estão morrendo aos poucos e, na minha visão, apenas a experimentação será capaz de salvar esse tipo de publicação.

5.3 CONSTRUÇÃO DE PAUTA

A procura pelas matérias que ocupariam as páginas da revista aconteceu ao mesmo tempo em que desenvolvia a pesquisa acerca do assunto. Quando dei início à produção do projeto, não possuía conhecimento extenso sobre o assunto e, nas minhas investigações acerca do tema e dos desdobramentos do mesmo, acabei conhecendo nomes e figuras que, mais tarde, ofereceram suas vozes para a construção da Corpovítreo.

As pautas foram sendo conduzidas durante toda a extensão do projeto. Eu nunca havia cruzado caminho com esses profissionais, mas a partir do momento em que entrei em contato com o primeiro deles, muitas portas foram se abrindo para que eu pudesse acessar diferentes figuras desse campo.

Um dos primeiros profissionais que conheci, o professor Amaro Júnior, foi convidado por mim a colaborar com um texto de sua autoria para o produto final. A colaboração se encaixa com um dos objetivos da Corpovítreo, que é oferecer a reflexão acadêmica acerca do jornalismo visual e do desenho no jornalismo.

Os demais textos foram todos produzidos por mim no espaço de tempo dedicado à produção da revista. O acúmulo de funções de fazer um objeto desses sozinha, no entanto, fez com que o tempo não pudesse ser distribuído entre as frentes de produção, o que fez com que a produção dos textos e a diagramação da revista acontecessem quase ao mesmo tempo.

5.4 PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

O projeto gráfico da Cropovítreo possuía uma grande importância para a existência da revista. Seu visual deveria estar de acordo com a sua proposta de experimentação, mas também precisava comportar bem a seriedade do tema. Era preciso que o visual dialogasse com os textos e com a proposta.

Os elementos gráficos pensados, as cores, as grids e o posicionamento de cada imagem buscam refletir o objetivo da Corpovítreo de tratar de arte, de jornalismo, mas também de ser uma leitura interessante, divertida e informativa.

6. DESENVOLVIMENTO

6.1 PROJETO EDITORIAL DA CORPOVÍTREO

A revista Corpovítreo é um projeto experimental sobre jornalismo e desenho. Trata-se de uma publicação com periodicidade semestral, que, por meio do modo de operação jornalístico - entrevistas, matérias etc. - pretende criar uma fonte de consulta e saber para estudantes de jornalismo, comunicação, arte, e qualquer outra pessoa interessada no objeto discutido.

Sua proposta é oferecer um veículo onde a conexão entre arte e informação é celebrada. A missão da Corpovítreo é oferecer informação na forma de insumos para que, dentro do próprio ambiente acadêmico, ou mesmo em seu ateliê, sua casa, o leitor possa conhecer experiências de sucesso - ou não - que envolvem a fusão dessas duas expressões (jornalismo e desenho) e possa se sentir inspirado pelas possibilidades de produção que os dois campos ainda oferecem.

6.2 REFERÊNCIAS

O Projeto Editorial da Corpovítreo foi influenciado por uma série de revistas que se propuseram ao experimental e à tentativa de surpreender o leitor, tornando assim a experiência revista uma coisa nova e intrigante.

A. Carlos Magazine

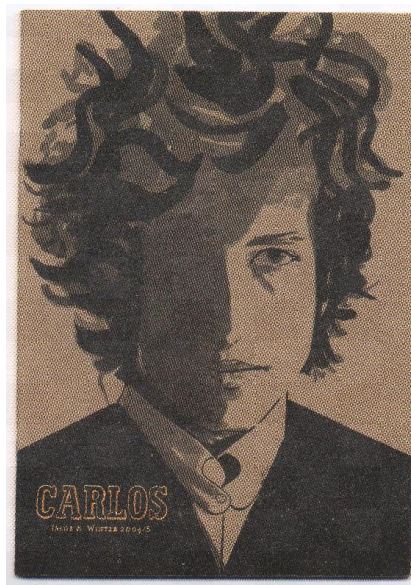


Figura 1: Capa da revista Carlos Magazine (2003)
Fonte: www.gilburtandpaul.co.uk (17/12/18)

Criada em 2003, encabeçada pelo editor Michael Jacovides, a Carlos Magazine foi uma revista feita sob medida para os passageiros da primeira classe da companhia Virgin Atlantic. A publicação, reconhecida pelo seu visual inovador e único venceu prêmios como o British Society of Magazine Editors (BSME), como lançamento do ano em 2003.

A revista, que mais se assemelha a um 'fanzine', é completamente povoada por ilustrações. Quebrando vários padrões estabelecidos para revistas feitas para o cliente, a Carlos Magazine apresentou elaborados artigos sobre negócios, viagens em uma abordagem pouco tradicional. A revista acabou em 2006, mas deixou seu legado na abordagem diferenciada do design editorial, e do que é uma revista sob encomenda.

O que chama a atenção na Carlos Magazine e que serve de inspiração para a construção da Corpovítreo é a sua abordagem inovadora. A equipe de designers envolvidos na criação da revista ousou dentro dos modelos já existentes para criar algo que, mesmo que tenha falhado do ponto de vista comercial, deixou valiosas lições e experimentos para quem faz revista.

O uso da ilustração em toda a publicação e a opção por não publicação de fotos além dos espaços de publicidade também conversam bastante com a Corpovíteo que, por tratar exatamente do desenho, da ilustração, busca também esse caminho.

Outra característica que chama a atenção na Carlos e que serviu como referência é como os elementos feitos a mão povoam toda a estética da página. As fontes manuscritas que se combinam com os traços das ilustrações e uma estética que conversa muito com a desejada para o projeto da Corpovíteo.

B. Senhor (SR)

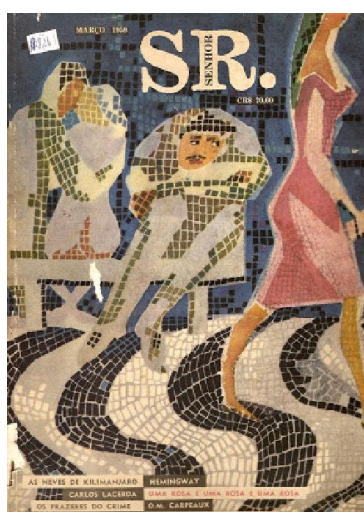


Figura 2: Capa da revista Senhor (SR) (1959)
Fonte: www.portalentretextos.com.br (17/12/18)

A revista Senhor foi uma revista masculina publicada no Brasil pela editora Delta, entre 1959 e 1964. Apesar de conter poucos volumes, a publicação deixou sua marca na história das revistas nacionais, sendo citada até mesmo por Scalzo (2003, p. 32) como “uma das mais bem sucedidas experiências em revista no Brasil”.

Criada por Nahum Sirotsky, ex-diretor de Visão e de Manchete, a revista Senhor conseguiu reunir o que havia de melhor em jornalismo, design, humor e literatura no início dos anos 1960. (SCALZO, 2003, p. 32)

A Senhor reuniu grandes nomes da literatura e também das artes. Um dos

responsáveis pelo seu projeto editorial foi o desenhista, ilustrador e pintor, Carlos Scilar. Suas capas ilustradas são uma referência de design e um dos motivos para a publicação ser uma referência na produção da Corpovítreo.

Outro motivo de destaque é a forma como o texto foi trabalhado na Senhor. Muitas vezes, a própria mancha formada pelo conjunto de palavras é capaz de formar figuras e de sugerir objetos e interpretações, o que causa surpresa e interesse no leitor. Desta forma a Corpovítreo também busca transformar até mesmo o que está dentro de uma estrutura, como o texto, em algo fascinante, que também apresente um significado como forma e imagem, além do significado que o conjunto de palavras produz.

C. The Illustrated Ape



Figura 3: Capa da revista The Illustrated Ape (1998)
Fonte: www.orbitalcomics.com (17/12/18)

Criada em 1998, The illustrated Ape é uma revista britânica que recebe e publica contribuições artísticas em suas páginas. Isso inclui trabalhos de ficção, fotografias, poemas e muito mais - apenas nunca, jamais, críticas - como declara o próprio site da publicação.

Também conhecida por suas contribuições famosas, o que chama atenção

nesta revista também é o tratamento dado às imagens, tipografia e espaços da página. A *The Illustrated Ape* traz mais uma vez o grande apelo pelo desenho e ilustração. Nesta publicação, parece que a ideia de que algum elemento, a exemplo do texto, possa estar em posição mais avantajada que outro, a exemplo do desenho, deixa de existir. O que vemos é uma página onde os dois parecem ocupar exatamente o espaço de direito dependendo simplesmente do papel que desempenham na transmissão da mensagem.

Esse tipo de abordagem é o que pretende-se também com a *Corpovítreo*, que imagem e texto apareçam com os seus devidos destaques de acordo com a sua relevância para o que deve ser comunicado.

D. *Speak Magazine*

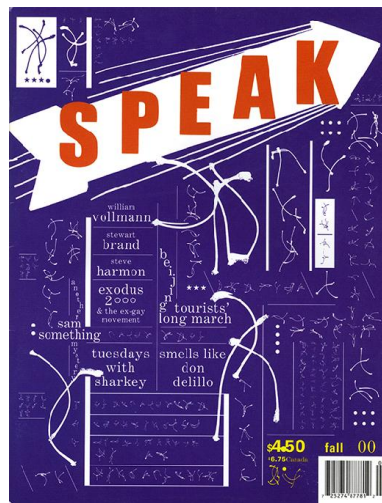


Figura 4: Capa da revista *Speak* (1995)
Fonte: www.appetiteengineers.com (17/12/18)

Lançada em 1995, a revista *Speak* de Dan Rolleri e Martin Venezky foi publicada até 2001. Seu design editorial, objeto de desavenças dentro da própria revista, apresenta uma faceta pouco comum nas revistas comerciais que conhecemos tradicionalmente. Martin Venezky, diretor de arte da publicação, criou páginas cheias

de tensão e até mesmo aparente confusão.

Seus designs incluem colagens, sobreposições de textos, formas e cores no que, à primeira vista, podem parecer uma anarquia da informação povoada de ruídos, mas que ao exame mais minucioso - e ele te leva até este exame - mostra um texto não comprometido por todos esses acontecimentos que o cercam.

O ponto principal de colocar a Speak como referência para esse trabalho é que ela mostra toda a coragem da experimentação. Suas imagens e soluções para as páginas não inspiradoras em sua liberdade de criação. Da tipografia fraturada até a fotografia consumida por uma forma não especificada em cor branca, os elementos demonstram o conhecimento por trás da desconstrução.

6.3 PERFIL DA REVISTA

A Corpovítreo tem um público-alvo principal e um secundário. O primeiro é composto por indivíduos jovens, de ambos os sexos, na faixa etária de 20 a 30 anos, majoritariamente, que estão cursando alguma espécie de capacitação para se tornarem jornalistas. O objetivo da Corpovítreo para esse público é trazer os componentes artísticos e comunicacionais em um só invólucro, colocando a relação entre desenho e jornalismo de uma forma simples de ser compreendida e também interessante para um público que pode ousar, experimentar e, assim, decidir como se dará a formação do futuro da profissão.

O público-alvo secundário é composto por pessoas que possuam interesse por algum desses aspectos em separado (ou desenho, ou jornalismo) e que possam se beneficiar de uma publicação direcionada para a discussão da relação entre ambos. Essas pessoas que não estão envolvidas no campo do estudo sobre o objeto poderão compreender os textos com igual facilidade, pois o objetivo é exatamente deixar os conceitos envolvidos na produção e publicação desses objetos, o mais compreensível possível para o acesso de qualquer indivíduo.

Desta forma, o conteúdo da Corpovítreo é, assim como toda a construção da revista, baseado na ideia de possibilidades. Seja quando apresenta uma série de atores envolvidos na produção de desenhos para o jornalismo, mostrando ali as possibilidades da produção; seja quando procura uma forma de explorar campos no texto de revista. Essa é a marca que a publicação deseja destacar em um diálogo

constante entre conteúdo e forma.

6.4 EDITORIAS

A Corpovítreo não possui editorias pré-estabelecidas em sua construção. A ideia principal é de que esse formato poderia congelar o formato e criar uma necessidade de preenchimento desses espaços com um conteúdo que, nem sempre, se repete. O que há, no entanto, são algumas divisões que o leitor pode perceber, como por exemplo:

Texto de Convidado

Todas as edições da Corpovítreo devem trazer o texto de algum convidado. Essa colaboração deve ser feita por um acadêmico da área, que estude algum aspecto da produção de desenhos para o jornalismo e possa oferecer a sua visão de pesquisador para os leitores.

Entrevista Pingue-Pongue

Nesse espaço, um profissional será entrevistado para contar um pouco da sua carreira, do seu dia a dia e das suas impressões sobre o valor da sua produção e sobre o mercado de desenhos jornalísticos. Essa seção se difere das demais pelo estilo da entrevista que contém apenas as perguntas e respostas.

As demais matérias estão sujeitas à construção da edição. Entretanto, todas têm em comum o destaque para os artistas e para as suas produções. Também se dá muita atenção aos diálogos entre o jornalismo e a arte e as percepções de quem lida com isso no dia a dia.

6.5 ESPELHO DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA CORPOVÍTREO

Página 1 - Capa

Página 2 a 3 - Arte da revista

Página 4 a 5 - Índice

Página 6 a 9 - Texto do convidado: Charge, Cartum e Caricatura

Página 10 a 15 - Entrevista Pingue-Pongue: A arte de Aline Zouvi

Página 16 a 21 - Matéria Dos fatos aos traços

Página 22 a 29 - Matéria Notícia Ilustrada

Página 30 a 33 - Matéria Reportager - Narrativa Visual

Página 31 a 34 - Matéria Realidade e criatividade

Página 35 a 36 - Arte da revista

Página 37 - Contracapa

7. PROJETO GRÁFICO - CORPOVÍTREO

Compor, no seu sentido mais amplo, significa projetar, organizar e dispor elementos que irão compor nossos layouts. Não importa o que nos propomos a fazer: um anúncio, uma página de revista, um jornal, um livro, uma embalagem, um outdoor, um banner etc., tudo requer uma pesquisa, um pré-estudo, um projeto (COLLARO, 2000, p. 89)

Quando nos deparamos com ilustrações, imagens, cores, letras e outros elementos visuais em uma página de texto, não há dúvidas quanto a importância de pensá-los na construção da publicação. Seja para atrair a atenção do leitor, ou para explicitar uma ideia, a participação de todos eles deve ser muito bem pensada para que construa, de acordo com o conteúdo, uma experiência harmoniosa para quem consome o material.

As decisões relativas a esses aspectos, no entanto, não são tomadas por acaso. Onde cada imagem é posicionada - se no meio da página, se sangrando aos lados, se com texto por cima -, qual tipo de fonte vai em cada parte do texto, quais cores usar, tudo isso é bem pensado para tentar capturar o interesse do leitor pela publicação.

Desta forma, todos esses elementos integram partes da elaboração do planejamento gráfico, área responsável por encontrar as melhores soluções visuais na revista, que permitam uma leitura fácil e empolgante.

7.1 REVISTAS OBSERVADAS

Para chegar à solução visual da Corpovítreo, foi feito um estudo de projeto gráfico de outras revistas afins. A partir desse estudo, foi possível escolher o caminho para seguir com o visual da revista. As seguintes publicações foram observadas:

Nacionais:

- SR
- ZUPI

- BAIACU (livro)
- Revista Piauí
- Ilustrar Magazine

Internacionais:

- Speak Magazine
- Carlos Magazine
- The Illustrated Ape

7.2 DESCRIÇÃO DO PROJETO GRÁFICO DA CORPOVÍTREO

7.2.1 Marca

A marca da publicação é como o seu cartão de visitas. Ali devem estar expressas a ideia, a concepção, um resumo de toda a revista e do que ela se propõe a oferecer ao leitor. Para transmitir a ideia correta sobre a publicação, o nome da revista também foi fonte de diversas pesquisas.

Inicialmente a ideia era de algo que passasse imediatamente alguma relação com o desenho. Nomes como Iconografia e Iconográfica estavam no topo da lista de opções. No entanto durante a revisão de material e, principalmente com inspiração na revista BAIACU, de Laerte e Angeli, me vi procurando algo mais representativo, mas de uma forma menos óbvia. O intuito de um nome como esse é despertar o interesse para a publicação e a vontade do leitor de pegar para saber do que, de fato, aquilo fala.

Desta forma, após pesquisar sobre a visão e os seus componentes, cheguei até uma parte anatômica do olho de nome muito interessante. O corpo vítreo, ou humor vítreo é a substância gelatinosa que se encontra no segmento posterior do olho e que mantém sua forma esférica.

A marca da Corpovítreo é constituída apenas do título da revista em fonte Bebas Neue, seguido pelo volume da revista. No caso desta primeira edição, a capa lê Corpovítreo - Volume um. A opção por remover o espaço entre as palavras corpo e vítreo se deu por entender que fica melhor graficamente e também por criar uma unidade só para se referir à revista.

Ainda foi desenvolvida uma figura, uma espécie de símbolo para acompanhar o nome da revista. A forma é um círculo desenhado à mão que se

assemelha à um olho. Esta imagem pode ser usada na capa de variadas formas, desde que esteja presente. A ideia é explorar esse ícone em diversas construções que pareçam sempre diferentes, mas que ao mesmo tempo guardem a familiaridade entre si.

CORPOVÍTREO - VOLUME UM

Figura 5: Marca Corpovítreo

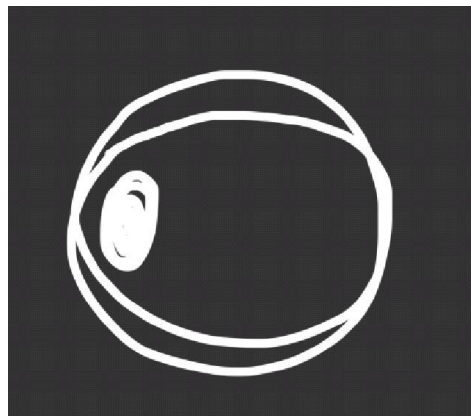


Figura 6: Símbolo da revista Corpovítreo

7.2.2 Tipografia

A escolha da tipografia da publicação é uma das tarefas que considero mais complicadas. Estamos acostumados a olhar para as letras, mas nem sempre as vemos em suas complexidades para além do tamanho e da espessura do traço, por exemplo. Por isso, eleger tipos que ajudem a traduzir a ideia de uma revista é uma tarefa tão difícil quanto intrigante.

No projeto da Corpovítreo, as fontes aparecem como um recurso gráfico de peso. A abertura de cada matéria contém o seu tipo, o que busca exprimir também o conteúdo e a harmonia com as cores e desenhos nas matérias.

A fonte principal, que vem aplicada ao texto, se chama Ovo. Esse tipo foi criado pela designer Nicole Fally e é inspirado em letras cursivas de 1930. É uma

fonte serifada, mas de forma suave na extensão de cada letra. A Ovo se encaixa no projeto da revista por oferecer um design consistente e forte.

Além da fonte principal, o projeto da Corpovítreo permite a experimentação com outras fontes em elementos como título, olho, legenda e fôlio. Nesta edição quatro fontes foram usadas para compor as páginas e exprimir o estilo de cada matéria. Elas estão listadas na tabela a seguir:

Tabela de padronização de fontes

	Fonte	Tamanho	Kerning	Leading
Texto	Ovo	12pt	Variável	12pt
Créditos	Ovo	10pt	Variável	12pt
Título	Big John	110pt	Variável	132pt
	Bebas Neue	Variável	Variável	Variável
	Adobe Caslon Pro	48pt	Variável	57,6pt
	Slim Joe	60pt	Variável	72pt
	Neue Hans Kedrick	72pt	Variável	86pt
Olho	Bebas Neue	Variável	Variável	Variável
Legenda	Ovo	10pt	Variável	12pt

7.2.3 Formato

O formato da revista interfere na forma como o indivíduo interage com ela. Revistas grandes, por exemplo, podem causar um desconforto durante a leitura e tornar a tarefa de passar páginas tão difícil quanto a de carregar o objeto. Uma revista pequena, por sua vez, é ideal para carregar em uma bolsa, mas suas páginas pequenas podem limitar o conteúdo para que a leitura continue agradável.

Pensando nisso, a revista Corpovítreo foi produzida em tamanho B5, que corresponde ao formato de 175 x 250 mm. O intuito de produzi-la nesses moldes é que o formato também suscite interesse e quebra de padrão. Levando em conta que a maior parte das revistas no mercado seguem modelos maiores, o encontro com a Corpovítreo pode levar à um estranhamento inicial que, depois de suplantado pelo reconhecimento do objeto como revista, deve servir também de inspiração para a novidade, para o que é um pouco diferente, mas que, nem por isso, perde suas características originais.

7.2.4 Mancha Gráfica

A Mancha Gráfica corresponde ao espaço dentro da página que será impresso. É um molde que existe para evitar que o conteúdo seja impresso fora da página e acabe cortado. Nos casos em que isso é feito propositalmente, ou seja, que o conteúdo continua para além da Mancha Gráfica, dizemos que a impressão é sangrada.

A Mancha Gráfica da Corpovítreo compreende os espaços entre as margens superior, inferior, interna e externa.

7.2.5 Grid

O grid é uma estrutura aplicada à página que tem por objetivo organizar os elementos de uma composição, de forma a deixá-la mais lógica, ou, pelos menos, embasada. Isto, por sua vez, pode ajudar a criar uma coerência para um segmento de páginas ou apresentar propostas diferentes para o uso de espaço.

Em cada projeto esse recurso assume uma característica, provando que os grids, ao contrário do que se pode pensar, não têm por objetivo engessar a página em uma única possibilidade de apresentação do texto. Sobre a grid ou grades, Cath Caldwell e Yolanda Zappaterra escrevem:

As grades são conjuntos invisíveis de diretrizes, ou sistemas de ordem, que ajudam o designer a determinar a colocação e o uso do texto, imagens e outros elementos de design, como o espaço em branco, margens e fôlios, ajudando a manter a continuidade enquanto ainda permite a variedade em um layout. Os bons sistemas de grade ancoram, mas não necessariamente limitam os itens em uma página. (CALDWELL E ZAPATERRA, 2014, p. 155-156).

Em meio ao processo de pesquisa para a construção da revista, um livro foi decisivo, principalmente no aspecto que tange a disposição dos elementos e a criação da página em geral. A obra de Jan Tschichold, *A Forma do Livro* (1975).

Neste trabalho o autor se desdobra sobre a composição do livro e seus elementos separadamente. Em um de seus capítulos dedicados aos grids, Tschichold descreve as relações para a construção de uma página harmônica, conhecimento que ele adquire a partir do estudo de manuscritos do passado.

Uma das imagens do livro de Tschichold mostra a divisão da página utilizada

pelo autor de manuscritos, Raúl Rosarivo, assim como Gutenberg, para encontrar o tamanho e posição da mancha. Nesta imagem, a página é dividida em sua largura e altura por nove partes.

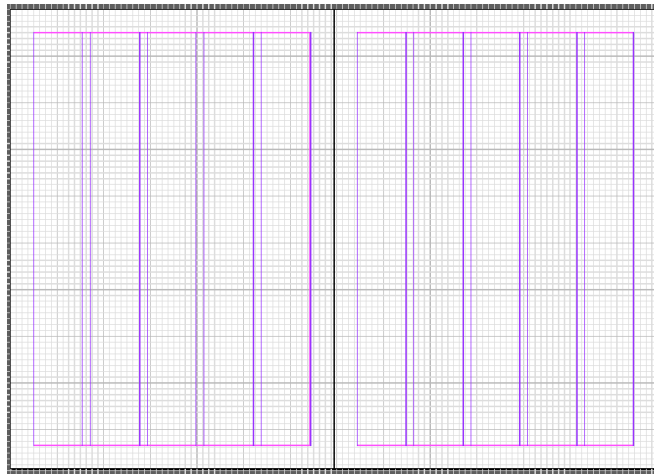


Figura 7: Divisão em nove partes da página

Este foi o método que empreguei para a construção das páginas da Corpovítreo. Em algumas páginas, utilizei as colunas divididas em pequenos quadrados apenas para guiar as linhas e posicionamento das colunas de texto; em algumas páginas, descobri a mancha através do método de Rosarivo e a utilizei para comportar o texto; em outras, a figura do grid foi usada mesmo como elemento visual.

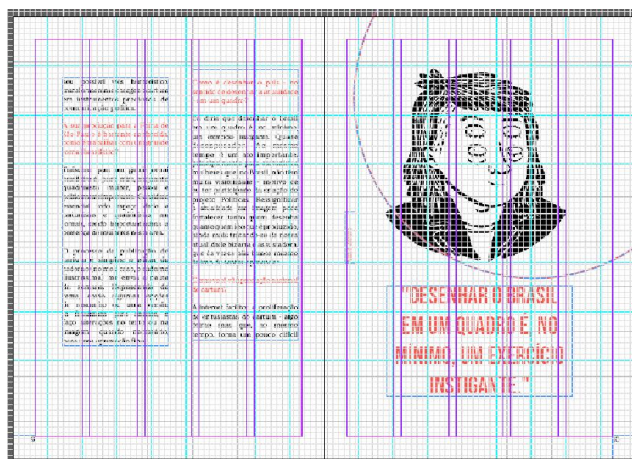


Figura 8: Aplicação da grade na revista

7.2.6 Imagens

As imagens para a revista *Corpovítreo* são parte de sua identidade e também parte da justificativa para a sua existência. A produção de imagens no jornalismo e a relevância desse elemento para a profissão foram os elementos que levaram até a gênese da *Corpovítreo*. Talvez por isso mesmo, por toda a importância que a imagem possui no projeto gráfico, essa etapa tenha sido uma das mais difíceis.

Um dos grandes desafios de fazer a *Corpovítreo* foi pensar em como exibir várias imagens, grande parte delas produzidas por diferentes artistas, em um mesmo espaço de forma que os diferentes traços não criassem uma desarmonia não intencional entre si e também não fizessem a revista perder sua identidade.

Uma das maiores preocupações era a de que a revista não se tornasse um mero catálogo de imagens que pouco adiciona ao conteúdo e à forma, apenas reproduzindo algo que já pode ser acessado por outros canais. Se alguém quer acessar as tirinhas de Laerte, basta utilizar um computador, digitar seu nome e seguir para a aba de imagens do site de pesquisa. Para isso não é preciso uma publicação à parte. Era preciso que a *Corpovítreo* trouxesse algo a mais ou, pelo menos, uma forma diferente de se pensar e tratar a imagem que já é pronta, sem, é claro, descaracterizá-la completamente sem um motivo aparente para isso.

Aqui também entra a dificuldade de criar uma identidade que permitisse levar o que a revista tem em sua ideia originária, de propor o experimental, a algo que não só já está pronto, como é o caso das imagens, que são desenhos dos próprios artistas, mas que carregam em si o peso de representarem o artista.

7.2.7 Cor

As cores representam um papel importante nas decisões visuais de uma publicação, pois carregam consigo o poder de transmitir sensações e de auxiliar na organização dos elementos visuais da revista. As cores podem aparecer em blocos ou em formas e também nas próprias linhas de texto, a depender do estilo da publicação e da legibilidade proporcionada pela escolha da aplicação da cor.

A cor pode adicionar significado a um layout combinando elementos com títulos coloridos, bordas e fios (...) Os designers não devem ter medo de experimentar a cor, tanto em termos de paleta como em termos de seu uso em publicação. (CALDWELL E ZAPATERRA, 2014, p. 134).

No Volume Um da revista Corpovítreo, a paleta de cores aplicada inclui apenas duas cores além do preto e do branco. Elas são o Regent St Blue (#6fccdc) e o Sunset Orange (#f0534c).

Os desenhos de jornalismo, algumas vezes, possuem poucas cores, com uma aposta no preto e branco. A ideia com a escolha das cores acima foi oferecer interesse para a publicação. São cores vibrantes e que ao mesmo tempo possuem uma ligação com o tema. Durante as pesquisas de elementos que remetessem à questão visual, fui levada aos antigos óculos 3D, que possuíam uma coloração muito característica. Uma de suas lentes em um azul vibrante e a outra de um vermelho vivo.

A adoção das cores que predominam na publicação, portanto, assim como o nome e as formas usadas na revista, remete ao sentido da visão, o que por sua vez, dialoga com a ideia das pautas que discutem imagem.

Apesar dessas cores serem a essência da revista, nada impede que outras sejam também utilizadas. Elas aparecem no índice em amarelo e também nas próprias imagens espalhadas pela publicação, como no caso da matéria ‘Dos fatos aos traços’, onde o verde das ilustrações predomina.

CONCLUSÃO

O processo de produção da revista Corpovítreo foi uma das experiências mais difíceis da minha jornada acadêmica. Desde o processo de decidir o que fazer, até as últimas finalizações, tudo foi trabalhoso, mas ao mesmo tempo, sinto que estou mais preparada como profissional a partir do que aprendi nesse tempo.

A experiência de tirar uma ideia do zero e executá-la de acordo com a sua idealização, no entanto, é o suficiente para me deixar orgulhosa do produto final. Sinto que muitos erros foram cometidos no percurso, na maioria das vezes pela minha falta de experiência, mas com os erros também se aprende e assim foi.

Em relação ao conteúdo da revista, descobri muitas informações sobre esse universo que sempre admirei e carregarei comigo cada história e reflexão

compartilhada. Todas as pessoas entrevistadas contribuíram imensamente não só para a criação de uma revista, mas para a minha formação profissional e também pessoal. O desenho é uma paixão que carrego muito próxima a mim e poder escrever, pesquisar e ouvir histórias sobre isso me deixa realizada e me fazem sentir mais certa sobre o caminho profissional que escolhi.

Com a produção da *Corpovítreo* aprendi mais sobre o jornalismo, assim como aprendi mais sobre revistas, história e o trabalho de construir uma publicação. Entendi que para finalmente publicar sua ideia, antes é preciso cumprir etapas de pesquisa, análise e imersão no seu assunto.

Entendi de forma mais completa a paixão pelo impresso, assim como o cuidado e atenção que ele exige. Acredito que com a *Corpovítreo* consegui atingir o objetivo de produzir uma publicação informativa e experimental. No fim, consegui publicar em papel as vozes que tanto queria ouvir, falando sobre aspectos que, acredito, são interessantes para minha formação e que, espero, sejam também para a de meus colegas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arquivo em Imagens N°3 Ilustrações (série Última Hora). São Paulo: Arquivo do Estado de São Paulo, 1999.

BAPTISTA, I. C. Q; ABREU, K. C. K. Artigo, **A história das revistas no Brasil: Um olhar sobre o segmentado mercado editorial.** Unisinos/Unisul-BR, 2011.

CALDWELL, C. & ZAPPATERRA Y. , **Design editorial: Jornais e revistas / Mídia**

impressa e digital, G. Gili Ltd, 2014.

COLLARO, A. C. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**.4.ed. rev. São Paulo: Summus, 2000

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

GODOY, V. **O Que o Desenho nos Propicia?** in Revista Valise, Porto Alegre, v.3, n.5, ano 3, julho de 2013.

GONÇALVES, F. e ROCHA, N. **O Desenho e seus percursos: apresentação**. in Revista Valise, Porto Alegre, v.3, n.5, ano 3, julho de 2013.

GUIMARÃES, L. **Conceito, fundamentos e as três dimensões do Jornalismo Visual**. In: Revista Comunicação Midiática, Vol. 8, N.3.

LUSTOSA, I (Org.). **Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2011.

MACHIN, D.; POLZER, L. **Visual Journalism**. London: Palgrave, 2015.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. São Paulo, 1971.

MARQUES, J. S. **As imagens do desenho: percepção espacial e representação**. Porto: [S. l.], 2006. Trabalho de síntese para as provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica apresentado à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

MARTINS, A. L. **Revistas em revista. Imprensa e práticas culturais em tempos de República**. São Paulo, 1890-1922. São Paulo: EDUSP: FAPESP, 2001.

MEDINA, J. L. B. **Gêneros jornalísticos: repensando a questão**. Revista Simposim, Pernambuco, ano 5, n. 1, 2001.

SANTIAGO, B. O. **Humor e artes gráficas: a representação do negro na revista Semana Ilustrada (1860-1876)**. Dissertação (Mestrado em história) – USP. São Paulo, 2017.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SILVA, S. P.; SOUZA, F. E. B.; SILVA, S. P.; CIPRIANO, L. C. **Textos multimodais: um novo formato de leitura**. Linguagem em (Re)vista, Niterói, v. 10, nº 19, jan./jun. 2015

TSCHICHOLD, J. **A Forma do Livro: Ensaios sobre Tipografia e Estética do Livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007

ZEEGEN, L. **The fundamentals of Illustration**. Suíça. AVA Publishing SA. 2006.

10. APÊNDICES

10.1 APÊNDICE A – Entrevista com Alessandro Alvim

1 - Gostaria que comentasse um pouco sobre o início da sua carreira, como começou,

o que te trouxe até a produção atual, etc.

Comecei em 1991, o termo infografia não era utilizado, e quando utilizado causava certa estranheza. As editorias eram chamadas de “Editoria de Arte”, aliás hoje ainda são chamadas assim no Brasil. Em 1991, as editorias de arte faziam ilustrações e gráficos. Os gráficos eram simples (linha, barra e pizza) e não continham uma narrativa independente.

2 - Como você define a infografia? Como define o trabalho que realiza?

A infografia, por definição da palavra é, info: de informação, e grafia: gráfica. Mas hoje é muito mais complexa por envolver aspectos cognitivos diferentes: usabilidade, interação, informação, design e por aí vai. O advento da internet tornou o trabalho mais complexo. Hoje, somos mais que infografistas, somos storytellers, contamos histórias através de recursos audiovisuais e gráficos

3 - Como é trabalhar com infografia para jornais no Brasil?

Todos os jornais médios ou grandes têm um departamento de “arte”; onde em sua maioria tem designers de página (diagramadores), infografistas, e quando tem investimento em web, tem infografistas, desenvolvedores (front-end). As equipes de vídeo e foto trabalham em parceria com a editoria de arte na construção de narrativas. Então o trabalho é multitarefa, diverso, e por vezes, difícil de se coordenar.

4 - Qual você acredita que é o papel da infografia no jornalismo? Você percebe um reconhecimento da importância do seu trabalho para a transmissão da informação?

Acho que a infografia vive uma dualidade entre a quantidade de acessos e a relevância, que pode ser traduzida na permanência. Isso no digital. Por exemplo, existem trabalhos que fazemos e que os acessos são baixos, mas temos alta permanência. Daí sei que o leitor consumiu todo o conteúdo. Então, de alguma forma para o negócio a infografia transmite a mensagem de bom conteúdo, de *qualitypaper*.

5 - O que você pensa do potencial da infografia para transmitir informação? E do desenho?

A ilustração serve a infografia para informar. Os americanos chamam os gráficos ilustrados de *Explanatory Graphics*, gráficos que explicam, que explicam. Mas o

desenho em potencial tem uma empatia muito grande com quem lê, porque o desenho permite uma compreensão rápida. Hoje existem campos da infografia que vêm crescendo muito, como a visualização de dados e o vídeo, mas sem dúvida a ilustração é uma boa ferramenta para informar

7 - Como você sente que a sua área é vista dentro do jornalismo?

Creio que a resposta depende do contexto de negócio. Notoriamente a infografia simboliza um material diferente, agregado de valor para o leitor. Mas quando digo relacionado ao negócio, o incremento tecnológico da infografia depende disso, por exemplo, o New York Times lança a cada quatro anos suas diretrizes de negócio que serão implementadas na redação. O último documento de diretriz lançado foi em 2016, e eles deixavam bem claro que “necessitamos ser mais visuais e fazermos narrativas que captem o leitor”. Posso estar errado, mas no mesmo documento eles falavam que de todas as matérias do NYT, 14% foram feitas e construídas pelo pessoal do departamento de gráficos, mas desses 14% saíram muitas assinaturas digitais. Então para o negócio é importante ter um bom trabalho visual jornalístico e o NYT vem investindo pesado nisso. Mas veja, há uma semana sai a informação que eles já chegaram a cinco milhões de assinaturas digitais.

8 - Por que você trabalha com essa área?

Boa pergunta, no início foi única e exclusivamente pelo desenho. Agora, é pela informação e para prestar um serviço diferente ao leitor.