



## REVISTA CÂMERA SANTOS<sup>1</sup>

Priscila RODRIGUES<sup>2</sup>

Ísis Nunes VARGAS<sup>3</sup>

Noemi BRAGANÇA<sup>4</sup>

Priscilla DEL BEL<sup>5</sup>

Eduardo CAVALCANTI<sup>6</sup>

Universidade Santa Cecília, Santos, SP

### RESUMO

Desde 1897, quando uma firma fez a primeira exibição pública de "fotografia animada" no bairro do Boqueirão, a sétima arte vem encantando a população da cidade. A revista Câmera Santos vem suprir a falta de um veículo específico sobre o cinema na região, com uma linha mais interpretativa, diferente de outros veículos de comunicação regionais.

A idéia é retratar pessoas da região que fazem cinema ou cuja trajetória pessoal ou profissional esteja, de alguma forma, ligada com o setor. Além disso, a revista enfoca políticas públicas regionais e questões comerciais, sociais, tecnológicas e econômicas ligadas ao cinema.

A Baixada Santista é um local de grande efervescência cultural, berço de grandes artistas, além de fonte de inspiração para muitas produções. No entanto, a área cinematográfica, por razões que vão muito além da orçamentária, tem sido deixada de lado.

**PALAVRAS-CHAVE:** cinema; baixada santista; produção independente.

### 1. INTRODUÇÃO

No Brasil – e a Baixada Santista não é exceção – a população tem a tendência de valorizar o estrangeiro em detrimento do nacional/regional. Em relação ao cinema, esse fato é ainda mais evidente. É inegável que a qualidade de produção do cinema norte-americano, que tem a preferência da maior parte dos brasileiros, é, em geral, superior à nacional. Mas, limitar a dissonância entre os mundos hollywoodiano e o brasileiro a

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria A Audiovisual, modalidade processo, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo que concluiu em dezembro de 2007 o Curso de Comunicação Social da Unisanta, email: pri\_christine@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante que concluiu em dezembro de 2007 o Curso de Comunicação Social da Unisanta, email: isisvargas86@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante que concluiu em dezembro de 2007 o Curso de Comunicação Social da Unisanta, email: bragança.noemi@gmail.com.

<sup>5</sup> Estudante que concluiu em dezembro de 2007 o Curso de Comunicação Social da Unisanta, email: priska\_barreto@hotmail.com

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Audiovisual do Curso de Comunicação Social da Unisanta, email: educav@terra.com.br.



questões financeiras é simplificar e reduzir a sétima arte a meros efeitos especiais. Esse tipo de preconceito é um dos fatores que produzem barreiras para o crescimento da indústria cinematográfica nacional.

Santos tem núcleos que apóiam a cultura regional, com festivais (por exemplo, Curta Santos e Cineme-se), debates, palestras, exposições gratuitas ou a preços baixos (Cine Arte Posto 4, cineclubes, Concha Acústica), e mais recentemente oficinas de produção. No entanto, esses núcleos trabalham, muitas vezes, isoladamente e sem uma divulgação adequada, que atinja a maior parte da população santista. As políticas públicas de incentivo à produção cinematográfica na Cidade tampouco são amplamente divulgadas. No ano de 2007, em especial, Santos foi palco de diversas realizações nessa área. Além do lançamento dos filmes Querô e Magnata, ambos gravados na Cidade, tivemos a continuidade das Oficinas Querô, que geraram curtas-metragens e revelaram talentos. Contamos, ainda, com a 5ª edição do Festival Curta Santos e a criação da Santos Film Commission. Apesar de tudo isso, percebemos o quanto Santos carece de investimento e apoio para a sétima arte. Embora a Cidade seja berço de muitos profissionais do cinema, a maioria se vê obrigada a ir para outros municípios em busca de oportunidades.

Há cinemas em Santos, mas não se faz cinema em Santos. Existem focos criativos isolados e esforços individuais pouco recompensados. As administrações municipais pouco ou nada fazem para remediar a situação. E, segundo palavras das próprias autoridades, não há interesse em mudar.

## **2. OBJETIVO**

### **2.1 Objetivos gerais**

A criação de uma revista que trata do cinema em Santos e nos demais municípios da Baixada Santista, para a parcela da população que tem interesse em cinema e cultura da região. Visamos homens e mulheres que moram nas cidades da Baixada, com idade entre 18 e 30 anos.

A revista Câmera Santos tem enfoque regional específico e aborda o cinema em diversos aspectos, como bastidores das produções cinematográficas realizadas na região, locais de exibição, festivais, estréias e perfis de profissionais, dentre outros, com espaço reservado à memória do cinema regional.



## 2.2 Objetivos específicos

Suprir o mercado regional, carente de informações relacionadas ao cinema, com um veículo especializado.

## 3. JUSTIFICATIVA

O roteirista e diretor de cinema Jorge Furtado assim descreveu a sétima arte:

"Cinema é a mais complexa forma de expressão inventada pelo homem. Como a literatura, fixa e inventa a língua. Mais que a literatura, preserva o sotaque e o cantar da fala. Como a fotografia, registra rostos, paisagens, cenários urbanos, figurinos. Mais que a fotografia, preserva a vida em movimento livre. Como a pintura, nos maravilha com o poder da imagem e da cor. Mais que a pintura, eterniza a dança de luzes e de sombras. Cinema inclui ainda o teatro, a música, a dança, a poesia, a arquitetura, a moda. Por tudo isso, quem faz cinema constrói um país. Para sempre".

Se partirmos do princípio de que o cinema tem a função descrita acima, verificamos que os objetivos jornalísticos e cinematográficos até se confundem, em parte. São agentes de preservação e registro histórico, incentivadores da cultura e construtores da identidade, cidadania e nacionalidade.

### 3.1 Viabilidade:

Conforme pesquisa realizada entre os dias 19/07/2007 e 20/09/2007, 95% do público leriam uma revista sobre o tema estabelecido. Quanto ao preço, 70% pagariam até R\$ 6,00 por uma publicação sobre cinema na Baixada Santista e 25%, até R\$ 9,00. Como esses preços de capa são menores que o custo de produção, a revista deve contar com receita publicitária.

### 3.2 Mercado:

A proposta do trabalho se diferencia, também, porque as publicações classificadas como revistas de cinema no Brasil, atualmente, se limitam a lançamentos e críticas de filmes, making ofs e entrevistas com celebridades.

Graficamente, a revista difere de outras do mercado (SET, por exemplo), ao valorizar o branco e a harmonização dos elementos gráficos, com exceções justificáveis de acordo com o assunto tratado.



#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Logotipo:

O nome da revista encontra-se dentro de um box nas proporções de uma tela de cinema, com letras na cor branca e fundo roxo. Segundo a designer gráfica Márcia Okida, a cor roxa é associada à cultura e por esse motivo foi utilizada no logotipo.

A fonte do Câmera Santos foi escolhida por não possuir serifa, o que facilita a visualização à distância. Pelo seu formato esguio, passa a idéia de movimento, o que remete ao cinema e ao dinamismo do público-alvo.

Tipografia:

Nas manchetes, priorizamos a legibilidade, com a utilização de uma fonte sem serifa, com hastes espessas e corpo grande. A idéia é chamar atenção para os títulos e causar impacto. O alinhamento dos títulos é à direita, exceto nos casos em que as os planos de fundo e figuras não harmonizam com esse tipo de alinhamento. Nesses casos, os títulos foram centralizados. As exceções foram as matérias Uma idéia na cabeça e um celular na mão. Querô – Uma reportagem maldita (e um filme inofensivo) e retranca; Do apogeu à decadência – e de volta; Cinema em Casa; e Montag nos Cineclubes e sua primeira retranca.

Nos textos e demais elementos, a prioridade foi facilitar a leitura, com fontes serifadas e leves. O corpo do texto de 12 pontos é propositalmente grande (em termos de texto) para tornar a leitura mais fácil e acessível a diversos públicos, contrabalançando o alinhamento à direita, que pode ser mais cansativo, mas, dentro do contexto, é mais ousado e jovem.

O recurso às capitulares é utilizado em todas as matérias, com altura de corpo de 4 linhas.

À exceção do padrão, temos a matéria Como Escrever Um Roteiro Cinematográfico, cuja fonte Courier New, tamanho 12 / 14, para título, texto e crédito, foi escolhida de acordo com as normas convencionais de formatação de roteiros cinematográficos. Seguindo ainda a idéia de criar a aparência de um roteiro, decidimos inserir comentários na matéria com a fonte Angelina, 12 / 12, por se tratar de uma fonte cursiva, mas de fácil leitura. Ela passa a impressão de que os comentários são escritos a mão.



#### Leitura visual:

O canal de comunicação utilizado é auditivo-sinestésico, porque tem relação direta com o público-alvo, jovem e interessado em cultura. O canal de comunicação auditivo permite um design mais ousado e diferenciado, enquanto o sinestésico valoriza o branco (área de respiro) e a harmonização das formas.

#### Imagens:

O tipo de imagem predominante é a fotografia, porque tem uma relação mais direta de leitura visual com o cinema, já que o cinema é imagem em movimento.

### 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

#### Tipografia:

Títulos: fonte *Headline One HPLHS*, 60 / 60 (mínimo, exceto em retrancas)

Linha fina: fonte *AdobeJensonPro Bold*, 20 / 20

Texto: *AdobeJensonPro*, 12 / 14

Legendas: *AdobeJensonPro Bold*, 10 / 10

Crédito de fotos: *AdobeJensonPro*, 8 / 8

Olho: *AdobeJensonPro Bold* 16 / 16

Chapéus: *AdobeJensonPro Bold* 12 / 14 (exceto na matéria *Cinema em Casa*, na qual foi utilizado elemento do plano de fundo como chapéu)

Crédito matérias: *Adobe JensonPro* 12 / 12

#### Número de páginas:

A edição piloto possui 84 páginas. As demais teriam entre 80 e 100 páginas, com algumas seções fixas, conforme a seguinte discriminação:

#### Capa

*Frames* (contracapas e página 4): Páginas dedicadas a fotos e frases relacionadas ao cinema. O diferencial gráfico é a figura de um frame de película envolvendo o conteúdo da seção.

#### Índice (página 3).

Editorial e expediente (página 5): No plano de fundo do editorial é inserida uma figura que remete à capa.

Cartas (página 6): Opiniões, dúvidas, críticas e sugestões dos leitores. Na edição piloto, foram incluídos depoimentos de profissionais relacionados ao cinema regional.



Como fazer um roteiro cinematográfico: Dicas sobre como fazer um roteiro cinematográfico, segundo profissionais da área, com um tratamento gráfico e editorial diferenciado.

A numeração das páginas foi colocada na borda superior externa, para facilitar a localização instintivamente feita pelo leitor ao folhear.

Formato:

O tamanho do papel, A4, permite o máximo de uso das resmas sem desperdício. Ao mesmo tempo, esse formato permite o fácil transporte, por não ser grande demais, mas não chega a ser uma revista de bolso.

Acabamento:

FF-A4 / FA-A3

Capa - Couché 170g, 4x4 cores, plastificação na capa com laminação e brilho

Miolo - Couché 150g, 4x4 cores

Acabamento - refile, dobra e grampo

Uso de anúncios:

Na edição piloto, não demos destaque a anúncios para privilegiar o conteúdo jornalístico. Numa edição patrocinada, a maior parte da publicidade ocuparia páginas ímpares e, possivelmente, as páginas centrais. Além disso, ao menos 20% do número de páginas seria dedicado à publicidade.

## **6. CONSIDERAÇÕES**

Ao produzir a revista entramos em contato com pessoas de diversas áreas, origens sociais, com histórias de vida diferentes. Mesmo com todas as dificuldades encontradas ao se trabalhar com artes, principalmente cinema, num país com tamanha desigualdade social, encontramos um ponto em comum entre todos, que é possível trabalhar em nome do amor a arte, com dedicação e muita força de vontade dessas pessoas que estão relatadas e que fizeram parte de certa forma da história do cinema de Santos e de toda a região.

Nossa intenção em nenhum momento foi fazer desta revista uma plataforma para qualquer instituição privada ou pública, nem fazer dela um almanaque, mas sim fazer da Câmera Santos um instrumento jornalístico. Fazendo com que os apreciadores de todas as formas de artes, o cinema em especial, se interessem e conheçam mais a cultura da região, que muitas vezes passa despercebida.



Por esta razão, achamos que o nosso trabalho reflete a verdadeira essência do jornalismo que é a de relatar histórias reais, com ética, responsabilidade e com a máxima integração com o leitor, já que desde o tema, as matérias, a diagramação, enfim, tudo foi pensando naquilo que nunca tínhamos visto com ênfase na região.

Este trabalho foi para todas nós uma grande realização, não apenas nos engrandeceu como profissionais, mas com pessoas.

## REFERÊNCIAS

Livros:

COMPARATO, **Doc. Da Criação do Roteiro**. Objetiva, Rio de Janeiro, 1995.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico - Teoria e Prática da Diagramação**. 4ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2000.

FURTADO, Jorge. **Meu tio matou um cara (e outras histórias)**. Porto Alegre: L&PM, 2004.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: Uma Apresentação**. 4ª ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer**. 8ª ed. São Paulo: Callis, 1995.

ROCHA, Glauber. **Revisão crítica do cinema brasileiro**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

VILLAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

Sites:

<http://ego.globo.com/Entretenimento/Ego/Noticias/0,,AA1370673-5877,00.html>,

Acesso em: 1º dez. 2006

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u67166.shtml>. Acesso em: 26 dez. 2006

<http://www.novomilenio.inf.br/santos/h0107.htm>. Acesso em: 23 mar. 2007

<http://www.roteirodecinema.com.br/faq.htm>. Acesso em: 15 jul. 2007

<http://www.brasiltelecom.com.br/patrocinios/segmentoCultural.do?acao=cinema>. Acesso em: 23 mar. 2007

<http://xdesign.com.br/comapalavra/linguagemeditorial.htm>. Acesso em: 7 out. 2007

<http://www.designgrafico.art.br/comapalavra/roxo.htm>. Acesso em: 08 out. 2007