



## Revista Midiar<sup>1</sup>

Alexandra ÁVILA<sup>2</sup>

Bruno BENEDITO<sup>3</sup>

Celly CRISTINE<sup>4</sup>

Daniela ANTONACI<sup>5</sup>

Luana MELO<sup>6</sup>

Marcos BATISTA<sup>7</sup>

Priscila COELHO<sup>8</sup>

Rodrigo SILVA<sup>9</sup>

Taísa SIQUEIRA<sup>10</sup>

Ludmilla Skrepchuk SOARES<sup>11</sup>

Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH, Belo Horizonte, MG

### RESUMO

A revista Midiar é uma publicação independente idealizada, criada e produzida por alunos do curso de Comunicação Social com habilitação em Produção Editorial, que se uniram a partir do desejo de produzir e divulgar informações específicas do campo da editoração impressa, eletrônica e digital, abordando as discussões contemporâneas das novas mídias e focando tendências artísticos-culturais de âmbito local e global. Com uma linguagem experimental e irreverente, um tanto distante das normas de redação jornalística, em seu primeiro número a revista contou com colaboradores de áreas afins como: design gráfico e jornalismo.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria E Áreas emergentes, modalidade produto Impresso E 1.2, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: alleavila@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: bportelape@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: cellycriss@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: danielaantonaci@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: luanasoutto@gmail.com

<sup>7</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte- UNI-BH, e-mail: marcosvbatista@gmail.com

<sup>8</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: priscilacvo@gmail.com

<sup>9</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: digoodesigner@yahoo.com.br

<sup>10</sup> Estudante do 8º Período do Curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte-UNI-BH, e-mail: taisasiq@gmail.com

<sup>11</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Produção Editorial do UNI-BH, email: ludmillas@acad.unibh.br



**PALAVRAS-CHAVE:** produção editorial; impresso periódico; produção gráfica

## **INTRODUÇÃO**

De acordo com COLLARO (2005, p.97) as revistas podem ser definidas “como uma publicação periódica que pode tratar de assuntos gerais ou de determinado segmento do conhecimento ou atividade”.

Tal definição embasou o processo de concepção da revista *Midiar* que pretende ser uma publicação especializada em temas relacionados ao campo da Produção Editorial, com periodicidade semestral.

Como todo impresso editorial a revista *Midiar* apresenta características que são próprias desse tipo de publicação, as quais passaremos a descrever a partir de seu projeto gráfico-editorial.

Para COLLARO (2005, p.96) “consideramos impressos editoriais aqueles que exigem, além da impressão, acabamento cartotécnico mais apurado, como imposição de páginas, paginação, costura, grampeamento, colagem, etc.”

Atentos a essas especificidades do impresso editorial, o projeto gráfico – editorial da revista *Midiar* foi desenvolvido e gerenciado por futuros produtores editoriais, com o intuito de aplicar na prática as diversas possibilidades de um projeto gráfico, imprimindo as habilidades e competências que adquiriram ao longo de sua formação acadêmica, sobretudo nas áreas de: design editorial, criação e produção gráfica, marketing, redação, matérias-primas e custos e gestão da informação.

Essa experiência, repleta de experimentalismos, no que se refere ao processo criativo e, ao acompanhamento de todas as etapas de produção da revista: definição do conselho editorial e das editoriais, definição de pautas, entrevistas, reportagens, redação, revisão de textos, captura e tratamento de imagens, direção de arte, diagramação, fechamento de arquivo para impressão, impressão, lançamento e distribuição; possibilitou ao grupo a vivência mercadológica inerente ao processo de criação, produção e distribuição de um periódico editorial. Nesse sentido, a *Midiar* representa a materialização de:

Uma coletânea de textos sobre a tessitura da temática do novo e do velho, do tradicional e do inovador, da tecnologia e da linguagem no campo das mídias. Da nossa própria incapacidade de compreendermos o mundo em que vivemos surge as primeiras reflexões críticas sobre a onipresença das mídias e das novas mídias em nossa vida cotidiana, do significado das dimensões simbólicas da nossa cultura, das relações entre as forças do mercado e os novos paradigmas sociais. (SOARES, 2007. p. 4. In: *Midiar*)



## 2 OBJETIVOS

Criar e produzir conteúdos relacionados ao campo da editoração impressa, eletrônica e digital.

Promover a interdisciplinaridade entre as áreas de Produção Editorial, Jornalismo, Design Gráfico, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda.

Incitar a discussão do mercado mineiro sobre a produção editorial.

Divulgar informações sobre arte, cultura e comunicação.

## 3 JUSTIFICATIVA

A revista *Midiar* foi criada a partir da constatação de uma demanda latente, no campo da Produção Editorial, no que se refere à escassez de publicações com informações atualizadas relacionadas às áreas de interesse desses profissionais, abrindo um espaço alternativo e colaborativo de produção e publicação de conteúdos que busca, sob a perspectiva da democratização da informação, compartilhar novas idéias e conhecimentos pertinentes à comunicação social, com seu público leitor e de maneira metalingüística, entre os próprios produtores editoriais que conceberam a *Midiar*. Portanto, seu público-alvo é, fundamentalmente, os profissionais e estudantes de comunicação social.

A escolha do nome *Midiar*, bem como a criação de sua logomarca representa a junção dos substantivos mídia + ar que tornam-se verbo: midiar, traduzindo assim o desejo de propagar arte, cultura e informação, sob a ótica dos produtores editoriais.

A carência ou mesmo a própria inexistência de revistas impressas com essa linha editorial motivou a equipe de produtores editoriais, envolvida no projeto, a abraçarem o desafio de criar, com poucos recursos financeiros e tecnológicos, uma proposta gráfica editorial que se diferencia pela sua criatividade e desconstrução dos padrões pré-estabelecidos das modernas técnicas de diagramação, valorizando assim, o design da página impressa e explorando de forma experimental e, às vezes, até intuitiva as possibilidades dos softwares de editoração eletrônica e os recursos estéticos das artes visuais. Dessa maneira, a composição e a complementariedade estética-visual da sincronia entre texto e imagem como elementos produtores de sentido nas matérias produzidas traduzem o aspecto inovador e a qualidade gráfica-editorial da revista.



Redução das páginas 7, 8 e 9 da revista Midiar, com ilustrações do artista plástico Alexandre Furst.

Nesse sentido, o estilo de composição adotado no processo de diagramação da revista *Midiar* apresenta consonância com o pensamento do professor de desenho e crítico de arte, o inglês John Ruskin apud COLLARO (2005, 90): “na arte de criar, não existem regras”.



Redução da página -13 da revista Midiar, com ilustração da artista plástica Ajna Rocha.

Essa característica inovadora e irreverente pode também ser percebida pelos critérios adotados na definição das pautas jornalísticas e no tipo de abordagem e redação dos textos publicados. Com uma dose de humor e muita pesquisa de referências informacionais e imagéticas, a *Midiar* pretende ser um periódico de certa maneira, atemporal, já que adota como estratégia a produção e divulgação das chamadas “matérias frias”, para usar um jargão da redação jornalística, que significa matérias não datadas.

Um outro aspecto relacionado ao conteúdo textual da revista é que o mesmo foi parcialmente produzido e, integralmente editado por produtores editoriais que não têm, necessariamente, o domínio técnico do texto jornalístico, fato esse que representou um novo desafio à equipe da *Midiar*.

Ainda sobre as múltiplas linguagens adotadas no primeiro exemplar, destacamos o uso da linguagem quadrinizada dos *comics* e da charge que apresentam de maneira lúdica e com certo sarcasmo o perfil do produtor editorial e a crítica a um certo desconhecimento de todo *expertise* deste profissional.



Redução das páginas -6 e -5 da revista *Midiar*, com HQ escrito por Batista e desenhado por Patrícia Ribas, estudantes de Produção Editorial.

Vale destacar ainda que, mesmo sendo uma publicação impressa, o texto da revista *Midiar* rompe com a linearidade da leitura, podendo ser lida de trás para frente, do meio



para trás, e vice e versa, de acordo com o interesse temático do leitor, mas sempre remetendo a uma viagem no tempo, resgatando, em alguns momentos, a história dos meios tradicionais de comunicação, e apresentando a realidade e tendências contemporâneas inerentes ao processo de convergência digital das mídias e da transposição da comunicação analógica para a comunicação digital.

**DESEJA SALVAR SEU PROGRESSO?**

Em rápidas palavras, nossos meios de produção foram revolucionados pelo surgimento do mundo digital. As produções culturais não precisam mais estar alienadas a uma indústria Cultural monopolista para existirem e serem distribuídas.

As novas produções desfilam e convergem naturalmente para o ambiente digital e são constantemente estimuladas pelo desenvolvimento de equipamentos como câmeras e scanners.

Podemos dizer que houve um grande avanço nas formas de produção, publicação e distribuição de conteúdo, concluindo que isso faz parte do progresso. Certo?  
 Bem....

**[Agradecimentos]**

A Rose Mary Carvalho, Adriana Teixeira, Alexandre Jaria e Fabiana Medeiros pelo portafólio inicial desse projeto; a Rodrigo James pelas correções e pelo super nível crítico; a Patrícia Ribas pela ilustração sagaz do quadrinho; a Agnêda e Mito pelo amor incondicional às letras escritas, lidas ou desvendadas; a Prada Viana pelo bom trabalho paraneiro da produção cinematográfica de vídeos; a Janai Vilandri e toda equipe da WPM que nos recebeu extremamente bem durante o PIB 2006; a Marisa Lutz (marcaluz@intercom.org.br) pela extrema facilidade em captar uma pauta; a Alexandre Furti pelas ilustrações e entrevistas; a Juliana Vilas-Boas por apontar possibilidades de links entre comunicólogos e cineastas; a Maria Jacome pelo olhar cuidadoso sobre os nossos textos; a CTV Litorânea pelas orientações de design; a Glau Campos pela revisão de texto e apoio dado às produções do projeto; a Beth Silly pela supervisão editorial; a todos os professores da WPM da Produção Editorial do quadrinho, que prestaram auxílio e apoio sempre que necessário; e a nós mesmos por termos aguentado tanto tempo de trabalho e não termos desistido. Agradecimentos especiais e cheia de superlativos votos merecidos para a maravilhosa Estúdio Borechius, por sua energia e apoio incondicional a todos produtores editoriais de filmes; para o Iracemirino Luis Lazzari e sua primorosa gráfica Itac, pelo apoio e acolhimento na impressão desta revista; e ao tabuleiro Fabris Cruso e sua fantástica Estágiosnet, por cuidar em nome e proporcionar a ponte entre universidade e mercado de trabalho.

Impressão: Gráfica Hatt  
 Tiragem: 1.000 exemplares

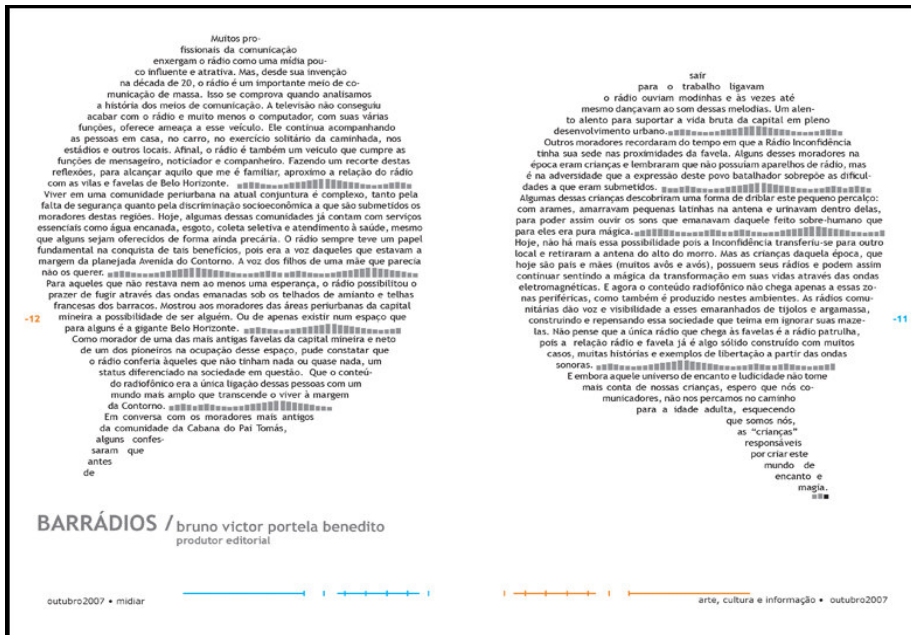
editorial    barragem    dividir para conquistar    a lata fora do eixo    o fantasma dos quadrinhos da extinção    o caso Rede Minas

-14    -12    -10    -8    -6    -4    -2    1    3    7    10    13

fazer cinema em Minas Gerais    sob nova direção    web art e art na web    na onda da vida    e Book

Redução das páginas 0 da revista Midiar, onde se encontra o índice sob forma de linha do tempo. A partir dessa página, a numeração que era negativa (-4, -3, -2, -1) passa a ser positiva (1, 2, 3, 4).

A utilização de traços gráficos, balões, sobreposições de imagens e textos, diferentes técnicas de ilustração e os espaços em branco, nas páginas impressas, são absolutamente propositais e coerentes com a proposta gráfica-editorial da revista *Midiar*, conferindo à mesma a possibilidade de uma leitura de seus elementos semióticos.



Redução das páginas -12 e 111 da revista *Midiar*, com crônica escrita pelo estudante de Produção Editorial Bruno Benedito.

Nesse sentido, vale dizer, ainda, que o layout da capa da revista ilustra o tema da primeira edição, que aborda a questão do conflito entre os paradigmas tradicionais da comunicação *versus* os modernos meios de produção e veiculação digitais, mais especificamente, no que se refere às questões relativas ao direito de autor e ao copyright.

A criação da capa foi inspirada no conflito entre a gravadora EMI e o produtor Danger Mouse, que fez um álbum mash-up<sup>1</sup> com a voz do rapper Jay-Z sobre as bases instrumentais do disco de 68, dos Beatles, conhecido como “Álbum Branco”.

Na ocasião, a gravadora ordenou, judicialmente, que o disco do produtor intitulado “Grey Album” fosse retirado das lojas sob a alegação de que o mesmo feria as Leis de Direitos Autorais.

A capa é ilustrada com um grafismo que representa um disco de vinil, mas que tem em seu selo as músicas do Grey Álbum escritas com a extensão, “mp3”, própria de arquivos de músicas digitais.

No centro do selo, está estampada a foto de um abacaxi (pineapple), fazendo referência à foto da maçã impressa nos discos dos Beatles, lançados pelo selo Apple.

<sup>1</sup> “*Mash-up* é um disco com músicas híbridas onde os vocais de um artista são sobrepostos às bases instrumentais de outro.”



Redução da capa da revista Midiar, criada pelo designer gráfico e estudante de Produção Editorial Bruno Silva.

Como característica de sua linha editorial também destacamos que a revista não possui, pelo menos em sua primeira edição, espaço para comercialização de anúncios publicitários.

Contudo, essa independência do mercado publicitário não inviabilizou a execução do projeto, já que a captação de parceiros, a saber: a Halt Gráfica e a Estagionet, garantiram a exequibilidade da revista, através de suas políticas de apoio cultural.

E, finalmente, vale dizer, que a concretude desse projeto vem reafirmar o espaço do produtor editorial como um profissional que além de ser detentor de conhecimentos técnicos e teóricos, é também capaz de dialogar de maneira reflexiva e crítica com os fenômenos e novos paradigmas da comunicação contemporânea, mostrando através da prática que, mesmo sendo um especialista em produção gráfica, é também um generalista da comunicação social.

Do ponto de vista cultural e comportamental, a *Midiar* tem a pretensão de agregar novos colaboradores às próximas edições, a partir de uma atitude pró-ativa no que se refere ao fazer profissional do produtor editorial, reafirmando suas competências ao longo do processo de criação e produção gráfica que permite a transformação de sonho e idéias em projeto e produtos editoriais.



Dessa maneira, essa publicação reafirma as competências do produtor editorial não apenas como um “fazedor” de novos produtos, mas como o de gestor de todo o processo de criação e produção gráfica, o que sem dúvida é um diferencial desse profissional.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Concomitantemente com as questões técnicas relacionadas ao projeto gráfico-editorial da revista *Midiar*, iremos apresentar um breve histórico do seu processo de criação e produção, já que esse projeto teve um período de duração de dois anos, desde a idéia inicial até a distribuição da revista ao público leitor.

O *insigth* para criação da revista deu-se em 2005, no contexto da disciplina de Redação Editorial, quando um grupo de alunos, motivados pela atividade de produção de textos, conceberam a idéia de publicar uma revista especializada em Produção Editorial e assuntos correlatos a área.

A partir de então, começaram a amadurecer a idéia, trocando informações com colegas e professores do curso que apoiaram a iniciativa do grupo.

Nesse momento, a coordenação do curso também se envolveu com o projeto, no sentido de criar condições para que o mesmo pudesse ser concretizado, buscando o apoio e a parceria da Halt Gráfica, que se comprometeu a realizar o serviço de impressão gráfica da revista.

Paralelamente os alunos contactaram a empresa Estagionet, que assumiu o compromisso de doar o papel para impressão da revista.

Diante das condições materiais para confecção da revista partiu-se para definição do Conselho Editorial da *Midiar*.

Foi assim realizada a reunião de pauta da revista na qual foram definidos os temas das matérias da 1ª edição e sua linha editorial.

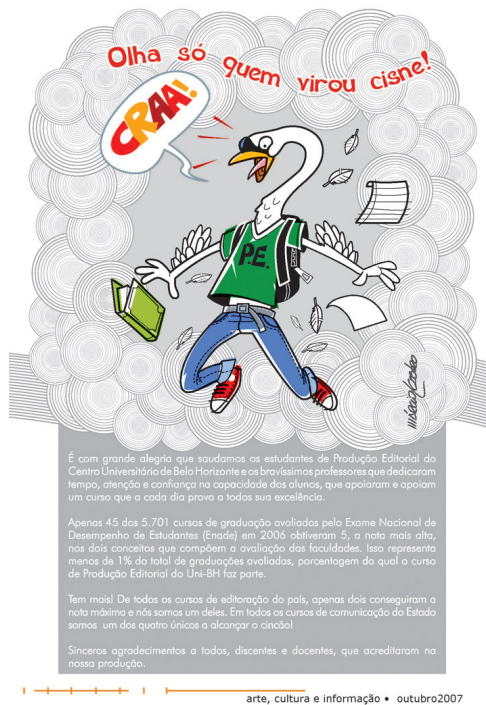
Houve consenso do grupo em abordar a questão da transição das mídias massivas para as novas mídias, com ênfase nos fenômenos e formatos de produtos comunicacionais digitais.

A partir de então, definimos o *staff* técnico para viabilizar as diversas funções necessárias ao desenvolvimento do projeto da revista: editores-chefe, redatores, diretores de arte, ilustradores, designers gráficos, diagramadores, revisores de texto, e ainda, a equipe de marketing e divulgação da revista.

Simultaneamente, os produtores editoriais iniciaram a pesquisa dos conteúdos temáticos e as entrevistas que balizaram a redação das matérias que seriam publicadas.



Nesse momento o networking do grupo fez a diferença, os editores buscaram colaboradores para redigirem matérias e ensaios, concretizando dessa forma o caráter colaborativo e interdisciplinar da revista. Ilustradores e artistas-plásticos também contribuíram com a produção de imagens inéditas para a revista *Midiar*.



Redução da página 6 da revista *Midiar*, com arte do ilustrador Márcio Luiz de Castro.

A produção, edição e revisão dos textos foi executada sob a supervisão de uma jornalista.

A etapa seguinte, de diagramação da capa e das páginas da revista foi, sem dúvida, a tarefa mais instigante do processo de editoração da *Midiar*, já que os produtores editoriais puderam demonstrar todo seu *expertise* na arte de criação, explorando os elementos iconográficos, simbólicos e cromáticos que iriam compor o projeto gráfico e visual da revista, a fim de diferenciar sua comunicação gráfica de outras publicações. Para descrever o conjunto de métodos e técnicas utilizadas no projeto *Midiar*, faz-se necessário recuperarmos seu processo de produção visual e gráfica, lembrando que a arte e a técnica de composição, no seu sentido mais amplo, na perspectiva de COLLARO (2005,89), “significa projetar, organizar e dispor elementos que irão compor nossos *layouts*”.

Nessa fase primou-se pela originalidade estética e gráfica da revista, tendo como referência a vasta literatura existente sobre produção gráfica, além dos conhecimentos



técnicos e teóricos adquiridos nas disciplinas da estrutura curricular do curso de Produção Editorial.

Todo o gerenciamento do fluxo operacional das artes gráficas ficou sob a responsabilidade dos alunos, o que possibilitou um grande aprendizado prático para o grupo, afinal, como afirma COLLARO (2005, 13): ”transformar idéias em formas concretas, para que sejam contempladas, analisadas para que atinjam seus objetivos não é tarefa fácil”, mas, por outro lado, representa uma vivência real de toda a cadeia produtiva que perpassa a produção gráfica.

Merece destaque, nessa fase de produção da revista, a utilização dos recursos dos softwares de criação e editoração eletrônica: Corel Draw 12, Adobe Illustrator CS3, Adobe Photoshop CS3 e Adobe InDesign CS3, ferramentas que possibilitaram a criação e o tratamento de imagens e a diagramação da revista, respectivamente, sendo que a mesma foi editorada em plataformas Apple e PC.

No momento subsequente, passamos à pré-impressão, com a preparação do arquivo digital para ser enviado à gráfica, a fim de garantir a qualidade final do produto editorial.

Para averiguarmos os parâmetros corretos do fechamento do arquivo, de acordo com as especificações técnicas do fornecedor, levando-se em consideração as características do maquinário gráfico usado para impressão da *Midiar*, entramos em contato a Halt Gráfica.

No momento em que a revista foi para o “prelo”, iniciou-se o fluxograma de divulgação da publicação.

Elaboramos um *mailing list* para o envio dos exemplares ao público-alvo da *Midiar*. Além dessa tarefa de assessoria de imprensa, também produzimos peças gráficas para divulgação do lançamento da revista: postais institucionais, *banners*, adesivos e camiseta e ainda, organizamos o evento de lançamento da revista, na ocasião da Semana de Produção Editorial, atividade realizada pelo curso de Produção Editorial do Centro Universitário de Belo Horizonte- UNI-BH, no segundo semestre letivo de 2007.



Algumas das peças distribuídas no evento de lançamento da revista: um cartão postal e adesivos.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Revista impressa em policromia no formato 310 mm x 420 mm aberta, com 34 páginas.

O acabamento em corte seco, dobra e grampo.

A revista foi impressa em sistema de impressão off-set, em papel couché fosco 120g (capa) e o miolo em couché fosco 90g.

A tipografia utilizou-se das seguintes fontes: Aachen Bold, Andale Mono, Book Antiqua, Arial Black, Badaboom, Balloon, Bangle, BattleLines, Bell MT, BN Pink, Boink LET Plain, Decost, Futura Book, Futura Heavy, Harsmond Hand, Impact, Stencil, Times, Trebuchet, Verdana, PCOrnaments, Zpressive, Yerevan e Zero Threes.

As imagens são ilustrações originais, fotos produzidas pelos próprios produtores editoriais e bancos de imagens gratuitos, disponíveis na web.

Sua tiragem foi de 1.000 exemplares e a distribuição gratuita ocorreu no meio acadêmico, empresas de comunicação, veículos, agências de publicidade, imprensa e formadores de opinião pública do mercado mineiro.

## CONSIDERAÇÕES

Vale salientar que a repercussão positiva do lançamento da revista *Midiar* pôde ser mensurada não só pelo *feedback* dos seus leitores mas também através do reconhecimento do Clube de Criação Publicitária Mineiro, através de sua premiação na categoria projeto editorial, na terceira edição do concurso Criafest, em 2007.



## REFERÊNCIAS

BAER, Lorenzo **Produção gráfica**. 3.ed. São Paulo: Senac, 2001. 280p.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus Editorial, 1987. 181 p.

\_\_\_\_\_. **Produção visual e gráfica**. São Paulo: Summus Editorial, 2005. 104 p.

HORIE, Ricardo Minoru; PEREIRA, Ricardo Pagemaker. **300 superdicas de editoração, design e artes gráficas**. 4. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2004. 179 p.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo: Escrituras, 2003. 255p.

\_\_\_\_\_. **Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma**. 2. ed. São Paulo: Escrituras, 2000. 127 p.

REVISTA MIDIAR. Nº1, 2007. Belo Horizonte: Halt gráfica

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. 2. ed. ampl. e atual. Brasília: Linha Gráfica Editora - LGE, 1987. 498p.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. 6. ed. São Paulo: Summus, 1985. 147 p.

SOARES, Ludmilla Skrepchuk. Editorial REVISTA MIDIAR. Nº1, 2007. Belo Horizonte: Halt gráfica