



INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE  
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO  
E CIÊNCIAS SOCIAIS



***LUSOBRA ARTES:***  
**UM GRITO PELA ARTE INDEPENDENTE**

Projeto de mestrado em Media e Sociedade na modalidade Projeto Prático apresentado como parte do programa de dupla diplomação entre a Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR com o Instituto Politécnico de Portalegre - IPP, para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Organizacional e Mestre em Média e Sociedade.

Autoria: Thayna Bressan da Silva

Orientação: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Sonia Lamy - IPP

Co-Orientação: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Anuschka Lemos - UTFPR

**PORTALEGRE, PORTUGAL**

**2019**

INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE  
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

***LUSOBRA ARTES:***  
**UM GRITO PELA ARTE INDEPENDENTE**

Projeto de mestrado em Media e Sociedade na modalidade Projeto Prático apresentado como parte do programa de dupla diplomação entre a Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR com o Instituto Politécnico de Portalegre - IPP, para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Organizacional e Mestre em Média e Sociedade.

Autoria: Thayna Bressan da Silva

Orientação: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sonia Lamy - IPP

Co-Orientação: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Anuschka Lemos - UTFPR

**PORTALEGRE, PORTUGAL**

**2019**

*A arte consiste em fazer os outros sentirem o que nós sentimos, em os libertar deles mesmos, propondo-lhes a nossa personalidade para especial libertação.*

- Fernando Pessoa

## **CONSTITUIÇÃO DO JÚRI**

**Thayna Bressan da Silva**

### **LusoBra Artes: Um Grito pela Arte Independente**

Projeto aprovado como requisito para a obtenção do grau de mestre em Média e Sociedade pelo Instituto Politécnico de Portalegre mediante a avaliação do seguinte corpo de júri

---

**Presidente: Professor Doutor Abílio José Maroto Amiguiño**  
**Instituto Politécnico de Portalegre - IPP**

---

**Arguente: Professora Doutora Adriana Mello Guimarães**  
**Instituto Politécnico de Portalegre - IPP**

---

**Arguente: Professora Doutora Carolina Fernandes da Silva Mandaji**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR**

---

**Orientadora: Professora Doutora Sónia Judite Bravo Lamy**  
**Instituto Politécnico de Portalegre - IPP**

---

**Orientadora: Professora Doutora Anuschka Reichmann Lemos**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR**

Dedico este projeto aos meus pais, Zelinda Zangiski e Everson Bressan da Silva, verdadeiros exemplos de força e determinação, que com o amor, a motivação e os valores transmitidos durante toda a minha vida, me fizeram chegar até aqui.

Dedico a *LusoBra Artes* também às Nornes e aos que andam comigo, sendo muitas vezes meu refúgio em momentos de dificuldade.

## **AGRADECIMENTOS**

*Em primeiro, agradeço a minha família, sobretudo aos meus pais pelo apoio e motivação incondicional que foi essencial para a minha permanência em Portugal.*

*Gratidão também às minhas mentoras, a orientadora Sónia Lamy e a co-orientadora Anuschka Lemos, que iluminaram meus caminhos para que a realização desse projeto fosse possível.*

*Agradeço à UTFPR e ao IPP pela oportunidade de ter essa experiência que com certeza teve forte influência na minha vida, além dos professores incríveis com quem tive o privilégio de aprender. Gratidão também à José Polainas por todo apoio e ajuda recebidos durante minha estadia em Portalegre.*

*Aos meus amigos, sobretudo aos que fiz aqui, agradeço pela ajuda, pelo apoio, pelas discussões de ideias e pelas trocas culturais que contribuíram em muito para a realização desse projeto, em especial Alcilaine Alencar, Junior Lopes, Bruno Sotti, Guilherme Cândido, Kamila Weber, Giuliano Pietro, Maria Clara, Maria Vitória e Sarūnas Milašauskas.*

*Obrigada também aos apoiadores desse projeto, sobretudo à Dora Assis e ao Pátio da Casa por acreditarem e incentivarem a sua realização.*

*Agradeço ainda aos artistas que confiaram a divulgação de seus trabalhos à LusoBra Artes.*

*E por fim, obrigada a Portugal, por me mostrar a força que existe em mim.*

## RESUMO

Esse documento propõe e apresenta o desenvolvimento e concretização de um veículo de comunicação experimental voltado à divulgação de artistas independentes - sobretudo do Brasil e de Portugal -, sendo uma plataforma que funciona num formato híbrido entre uma revista *online* e um portal. O projeto é intitulado *LusoBra Artes* e consiste em um *site* em que são publicados conteúdos multimidiáticos sobre trabalhos artísticos não atrelados ao mercado formal, além de contar nessa primeira edição com uma versão impressa. Os conteúdos expostos nesse veículo de publicação independente foram em sua maioria enviados para a redação, sendo alguns dos textos adaptados e outros publicados na íntegra, já que o projeto se propõe funcionar com o formato de conteúdo colaborativo. Além disso, esse trabalho busca também uma reflexão sobre o modo que o ciberespaço pode ser utilizado como forma de acesso e democratização da arte levando em consideração todo o levantamento teórico realizado.

**Palavras-Chave:** Cibercultura; Comunicação; Revista *Online*; Mídia e Sociedade; Artes Visuais; Arte Independente

## **ABSTRACT**

This document proposes and present the development and concretion of an experimental communication vehicle dedicated to propagate the work of independent artists - especially from Brazil and Portugal - working in a hybrid format between an online magazine and a website. The project is called *LusoBra Artes* and it consists of a website where is published several multimidiatics contents about artsy works that are not included in the formal art market, and the first edition counts with a press version. The exposed contents in this independent publication were mostly sent through the website, being full published or adapted to fit in the editorial, since one of the spots of the project is the collaborative content. Besides that, this works search for a theoretical reflection about how cyberspace can be used as a way of democratization of the access to the art facing the bibliography reviewed.

**Key-Words:** Cyberculture; Communication; Web Magazine; Media and Society; Visual Arts; Indie Art

## ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1 - Print do menu inicial do website da <i>LusoBra Artes</i> para demonstração da língua adaptada - arquivo pessoal.....	8
Imagem 2 - Capa do Jornal O Relevo de Agosto de 2019 .....	9
Imagem 3 - Printscreen da página inicial da revista “Arte Capital”, Setembro de 2019 .....	10
Imagem 4 - Capa da revista " <i>DasArtes</i> " de Outubro de 2019 .....	11
Imagem 5 - Capa da revista “ <i>Umbigo Mag</i> ” de Outubro de 2019 .....	12
Imagem 6 - Printscreen da página inicial do site da " <i>DasArtes</i> " - Janeiro de 2019.....	33
Imagem 7 - Printscreen da página inicial do site da “ <i>Umbigo</i> ”.....	34
Imagem 8 - Elementos utilizados para a construção do Logotipo / Arquivo Pessoa .....	45
Imagem 9 - cores utilizadas para a construção da linguagem visual / Arquivo Pessoal .....	46
Imagem 10 - Logotipo Oficial da <i>LusoBra Artes</i> em cores / Arquivo Pessoal .....	46
Imagem 11 - Logotipo Oficial da <i>LusoBra Artes</i> na versão monocromática / Arquivo Pessoal .....	46
Imagem 12 - Logotipo da <i>LusoBra Artes</i> na versão monocromática em construção de elemento da identidade visual / Arquivo Pessoal .....	47
Imagem 13 - Captura de tela da página inicial do website da <i>LusoBra Artes</i> .....	48
Imagem 14 - <i>LusoBra Artes</i> em sua versão impressa.....	51
Imagem 15 - fotografias do evento de lançamento / arquivo pessoal.....	57
Imagem 16 - notícia publicada no Jornal do Alto Alentejo sobre o evento de lançamento da <i>LusoBra Artes</i> no dia 9 de Outubro de 2019 / arquivo pessoal .....	58
Imagem 17 - Cartaz para divulgação do evento de lançamento.....	59
Imagem 18 - Cartazes para divulgação do evento de lançamento fixados em pontos da cidade de Portalegre.....	59
Imagem 19 - Fanzine de divulgação da <i>LusoBra Artes</i> .....	60
Imagem 20 - Flyers de divulgação do Evento .....	61
Imagem 21 - primeiras nove publicações no Instagram em formato de grid.....	63
Imagem 22 - Captura de tela do evento no Facebook.....	64
Imagem 23 - Exemplos de publicações feitas via Instagram Stories .....	65

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Análise FOFA / arquivo pessoal.....	13
Tabela 2 - Análise de fatores de interatividade no perfil do Facebook das revistas " <i>DasArtes</i> " e “ <i>Umbigo Mag</i> ” / Arquivo Pessoal.....	36
Tabela 3 - Análise de fatores de interatividade no perfil do Instagram das revistas " <i>DasArtes</i> " e “ <i>Umbigo Mag</i> ” / Arquivo Pessoal.....	37

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - índice de acesso frequente à revistas Online dos entrevistados.....	40
Gráfico 2 - Índice de potencial acesso a revistas online se temática relevante aos entrevistados que não acedem regularmente a esse tipo de veículo de comunicação.....	42
Gráfico 3 - Índice de entrevistados que consideram a criação de um veículo independente de comunicação uma boa forma de fomentar a cena da arte independente na sua região.....	43

<b>SUMÁRIO</b>	
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I   O PROJETO</b> .....	3
1.1 A temática: A publicação independente e a arte no ciberespaço .....	3
1.2 O produto: <i>LusoBra Artes</i> .....	6
1.3 Análise do cenário.....	8
<b>CAPÍTULO II   ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b> .....	15
2.1 Ciberespaço, cibercultura e arte .....	15
2.2 A Arte e a comunicação no ciberespaço .....	17
2.3 As publicações independentes e as revistas <i>online</i> .....	23
2.4 O meio digital e as possibilidades de conteúdo colaborativo .....	28
<b>CAPÍTULO III   Metodologia</b> .....	30
3.1 Estudo da concorrência: benchmarking .....	31
3.1.1 Site .....	33
3.1.2 Redes sociais .....	35
3.2 Estudo do público potencial.....	38
<b>CAPÍTULO IV   A LUSOBRA ARTES</b> .....	44
4.1 A Definição do Nome .....	44
4.2 A Identidade Visual .....	45
4.3 O <i>Site</i> .....	47
4.4 A Produção de Conteúdos.....	49
4.5 O caminho inverso: do digital ao impresso.....	51
4.6 Ações de comunicação.....	53
4.6.1 <i>Evento de lançamento</i> .....	54
4.6.2 <i>Divulgação: mídia impressa</i> .....	58
4.7 Estratégia de comunicação: redes sociais.....	61
<b>CONCLUSÃO</b> .....	66
<b>PERSPECTIVAS FUTURAS</b> .....	68
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	70
<b>ANEXOS</b> .....	74

## INTRODUÇÃO

O ciberespaço encontra-se em constante crescimento, modificando o espaço social, as formas de acesso a informação, a comunicação, enfim, provocando toda uma mudança em como os indivíduos se relacionam com a própria cultura. Todas essas mudanças refletem-se na arte, que, como parte da cultura da sociedade em que está inserida, também é afetada por essas transformações sociais e culturais. Dessa forma, a arte passa por transformações na sua forma de ser feita, na sua estética, nas suas temáticas e na sua *praxis*, além da mudança nos seus espaços, levando em consideração as novas alternativas de circulação que o ciberespaço abre. Nessa perspectiva, a arte, além de presente em ambientes físicos e formais, passa a circular também de formas alternativas. Artistas que se produzem em outros tempos, não teriam como fazer com que seus trabalhos tivessem alcance, agora tem a possibilidade de expor suas obras através de outros agentes.

Assim, com o desenvolvimento do ciberespaço e da *web 2.0*, desenvolvem-se também meios de comunicação que possibilitam a publicação de conteúdos pelos seus usuários, como as redes sociais - em que os indivíduos que lá estão presentes são simultaneamente emissores e receptores de informação -, há então o desenvolvimento de oportunidades de divulgação artística de forma autônoma pelos próprios artistas, seja através de plataformas ou pela facilidade de criação de publicações fora do mercado. Isso possibilita o crescimento e desenvolvimento da cena artística independente, que aqui é conceituada como o espaço da arte que não está presente nem no seu mercado formal e nem na mídia hegemônica. Dessa forma, o termo arte independente é aqui utilizado para denominar a arte que é produzida independentemente do mercado das belas artes.

O projeto aqui apresentado busca então, uma reflexão sobre esses novos espaços para difusão artística - que, dentre outras coisas, propiciam a evolução do cenário da arte independente -, explorando-os a partir da elaboração de um veículo de comunicação *online* dedicado a publicação de trabalhos artísticos produzidos de forma independente. Para isso são utilizados recursos textuais e imagéticos pertencentes ao jornalismo de revista, sem, no entanto, ser um projeto jornalístico já que além dos textos de autoria própria, o veículo também possui abertura para que os artistas possam falar de seus próprios trabalhos, utilizando-se do formato de conteúdo colaborativo.

O relatório teórico sobre o projeto aqui apresentado é dividido em quatro capítulos. O capítulo um serve como uma apresentação e preparação da ideia do projeto, nele é feito um levantamento teórico sobre a temática do veículo de comunicação idealizado, sendo essa a arte e a comunicação no ciberespaço. Além disso, nesse capítulo é realizada uma apresentação do projeto em si, expondo seus objetivos e propostas. Posteriormente, discute-se a viabilidade do projeto a partir da análise dos cenários português e brasileiro

através da realização de uma análise FOFA e do levantamento de produtos semelhantes nos dois países.

O capítulo dois é dedicado à discussão teórica que fundamenta esse projeto. Optou-se por iniciar com uma contextualização sobre o ciberespaço e a cibercultura, utilizando as bibliografias de Elias (2008), Monteiro (2007), Santaella (2003), Levy (2000) e Lemos (1997). Subsequentemente, busca-se uma reflexão teórica sobre as conexões entre a arte, a tecnologia e a comunicação no ciberespaço, iniciando com a discussão acerca das contribuições das evoluções tecnológicas, indo de encontro ao surgimento da possibilidade de reprodução técnica da arte, discutida por Walter Benjamin (1955), que reflete-se e expande-se no ciberespaço. Essa evolução tecnológica é um dos primeiros passos para a modificação da espacialidade da arte, que além do espaço físico (Moraes, 2006), passa a estar no ambiente virtual, o que é proposto a partir das bibliografias de Cruz (2002) e Lemos (1997), discutindo-se também a evolução da arte da cultura de massa para a arte presente na cibercultura. Faz-se então um levantamento sobre questões que tangem veículos de comunicação de publicação independente e o *web-jornalismo* de revista, tendo em consideração que o projeto aqui proposto é um veículo de comunicação de circulação independente do grande mercado, levantando-se as bibliografias de Borges e Quintela (2015), em conexão com a temática da arte, além de discutir a produção de conteúdos colaborativos nos meios digitais.

O capítulo três são descritas as metodologias utilizadas no decorrer do projeto, sobretudo no que tange ao planejamento, à estruturação e à apresentação de algumas questões práticas necessárias para a execução do projeto, iniciando-se pelo estudo da concorrência que inclui um *benchmarking* realizado com base em duas revistas, a brasileira *Das Artes* e a portuguesa "*Umbigo Magazine*". Nessa parte são levantadas as estratégias de publicação, tanto no site como nas redes sociais, utilizadas para as revistas que funcionam tanto de maneira *online* quanto física. Além disso, são dispostos os resultados de uma pesquisa realizada para traçar e averiguar o perfil do público potencial.

O capítulo quatro foi dedicado à descrição de questões práticas que tangem a criação do veículo de comunicação, iniciando-se pela explanação de como se deu seu processo de nomeação, sendo seguida pelo processo de criação da identidade visual da estruturação e planejamento do site e da apresentação do protótipo denominado Edição 0 - Um Grito pela Arte Independente, além da descrição do processo inverso, levando o conteúdo digital para a versão física do veículo de comunicação. Por fim, são apresentadas e discutidas ações de comunicação tomadas para que a execução do projeto fosse possível tendo em vista que a comunicação é um dos fatores essenciais para esse, dando-se ênfase ao evento de lançamento realizado para aproximar o projeto do público local.

## CAPÍTULO I | O PROJETO

### 1.1 A temática: A publicação independente e a arte no ciberespaço

Com o advento da imprensa e de outros meios de comunicação, como posteriormente a rádio, o cinema, a televisão, etc., inicia-se uma reflexão sobre as formas de arte existentes até então, passando a ser abordado o conceito de reprodutibilidade técnica, sobretudo na bibliografia de Benjamin (1955). Com o passar do tempo e a evolução tecnológica que acarreta na possibilidade de reprodução de conteúdos, surge a possibilidade da produção de uma comunicação abrangente, o que se desenvolve para os meios de comunicação, acarretando na comunicação de massa, em que a informação é difundida hegemonicamente, termo aqui abordado no sentido de amplitude e de padronização no que tange processos comunicacionais.

Essa transformação da produção e do consumo cultural é discutido por Adorno e Horkheimer (1985) como indústria cultural. Segundo os autores, nessa indústria a arte passa a ser mantida como mercadoria, tendo como objetivo único e exclusivo o consumo do entretenimento sujeita às demandas de mercado. Isso faz com que a arte dessa indústria tenha um caráter padronizador, estimulando a falta de criticidade e a passividade de seu público, além de ter a possibilidade de ser utilizada como forma de uniformização ideológica. Esse quesito reflete-se também na publicação de veículos editoriais de comunicação, e esses passam a funcionar em formato quase de monopólio, tendo em vista que em sua dissertação de mestrado intitulada *Fair: Uma Plataforma para a Publicação Independente Em Portugal*, Ana Simões (2012, p. 19) constata que “o mercado editorial está concentrado num número reduzido de empresas com enormes estruturas editoriais” sendo majoritariamente motivadas pelo lucro.

Com o desenvolvimento dessas formas de comunicação hegemônicas, desenvolvem-se como resposta a essa cultura os movimentos sociais que vão contra essa cultura, ganhando força, sobretudo com o surgimento de grupos chamados contraculturais durante os anos 70, como - entre outros - os *punks*, o que desencadeia o desabrochar de diversos formatos de veículos de comunicação independentes, como as *fanzines*. O termo Independente aqui utilizado não é delimitado como um conceito fechado, mas sim utilizado para tratar do que não está inserido na comunicação hegemônica ou num amplo mercado. Esses veículos de comunicação independentes têm como objetivo não a lucratividade mas sim a divulgação de conteúdos que possuem conceitos e ideais independentemente de serem apelativos à um grande público ou não, implicando, dessa maneira em “motivações

um pouco mais profundas, que não se prendem necessariamente com a sustentabilidade do projeto, mas sim com a ideologia e motivação de cada autor.” (Simões, 2012, p. 20)

Contemporaneamente, com o desenvolvimento da tecnologia, sobretudo da possibilidade de comunicação em rede através da internet, passa a existir mais facilidade para a criação e manutenção de veículos de comunicação independentes. Isso acontece porque nesse há a facilidade que a internet proporciona para a criação de *websites*, mas vai além disso, obtendo em si o que é conceituado por Jenkins (2009) como convergência midiática, o que permite que haja mais variedade de conteúdos e formatos de conteúdos a dispor do leitor que circula nesse espaço tecnológico. A convergência midiática consiste na adaptação dos veículos de comunicação chamados tradicionais - como a televisão, o rádio, a imprensa e demais mídias editoriais - para a *internet*, sendo conseqüentemente

“mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento.” (Jenkins, 2009)

Assim, a relação entre indivíduo e os meios de comunicação se alteram, já que, além da ampla possibilidade de escolha de conteúdos a serem consumidos, a internet permite uma interatividade que não seria possível se esses veículos circulassem em outros formatos. Isso modifica o formato do consumo de conteúdos e esse passa a ter caráter de “personalização”, tendo em vista que o leitor internauta tem uma maior possibilidade de escolha entre os conteúdos a serem acessados, o que faz com que essa ferramenta tecnológica seja progressivamente usada mais e mais com o passar do tempo. Esse fator faz com que os veículos de comunicação independentes que habitam o ciberespaço passem a ter mais visibilidade e a serem encarados como uma alternativa de acesso.

Entretanto, isso não quer dizer que a indústria cultural caracterizada por Adorno e Horkheimer (1985), deixe de existir, ela apenas adapta-se às novas formas de consumo e transmuta-se de acordo com o desenvolvimento tecnológico, tendo em vista que o público, antes geral e massificado, encontra nas novas tecnologias uma maior possibilidade de segmentação e escolha dos conteúdos que consome, sobretudo no ciberespaço, que é explanado por Levy (1999) como um universal sem totalidade, justamente por ser abrangente sem ser padronizador.

Esses mesmos fatores aliados ao surgimento e à difusão das redes sociais, fazem com que haja uma descentralização da informação no que tange os meios de comunicação tradicionais, o que traz à luz a reflexão de uma recontextualização do pensar as relações comunicacionais. Surgem assim possibilidades para que novas formas de comunicação passem a existir no contexto geral. Dessa forma, se não há visibilidade e espaço para discussão na mídia tradicional para um determinado assunto, há, com o advento do

ciberespaço, a potencialização da possibilidade de criação de um novo espaço para aquele determinado assunto.

Esses fatores se expandem para o contexto artístico, justamente pelo fato da inovação tecnológica afetar também a produção e a difusão artística. Isso porque as tecnologias em rede, as redes sociais, entre outros fatores, facilitam a comunicação e a interação. A arte que não possui vínculos fortes com o mercado - seja pelo mercado formal da arte ou pela cultura de massa -, sendo independente, antes era restrita à sua promoção local, através de eventos e publicações organizadas pelos próprios artistas. Atualmente, a arte independente encontra no ciberespaço e no desenvolvimento tecnológico a possibilidade de ter a sua “globalização” de certa forma, pois a publicação autônoma passa a ser facilitada, seja para as publicações independentes que passam a ter a opção de serem distribuídas virtualmente, seja para os próprios artistas compartilharem seus portfólios em *websites*, redes sociais ou outras plataformas. Dessa forma, com o crescimento do espaço da tecnologia, adensam-se as alternativas a comunicação hegemônica, o que possibilita o desenvolvimento expandido, “globalizado” do cenário da arte independente, tendo em vista as inúmeras possibilidades de interação que esse proporciona.

Artistas que não possuem um trabalho aceito pelo mercado comercial para estar presente nos meios de comunicação de massa, nem reconhecido o suficiente para estar no mercado artístico formal, têm no ciberespaço a possibilidade de comunicar e expor seus trabalhos autonomamente para um público diversificado. Além da possibilidade de divulgação para um potencial público, no espaço cibernético há também a possibilidade de uma maior interação entre artistas que habitam esse cenário independente, o que pode acarretar no seu fortalecimento. Tendo essas questões em vista, “deverá reconhecer-se que o ciberespaço coloca de facto questões importantes à experiência artística e mobiliza, inevitavelmente, um novo entusiasmo exploratório do espaço” (Cruz, 2002, p. 151), isso porque, ampliando as formas de se comunicar a arte, ampliam-se os espaços em que a arte é pertencente, tendo em vista que nesse espaço tecnológico o acesso tende a ser democratizado, inclusive para a arte, o que rompe de certa forma com as amarras elitistas que a circundam.

## 1.2 O produto: *LusoBra Artes*

O relatório aqui apresentado resulta do desenvolvimento do *site LusoBra Artes*, um projeto editorial independente que nasce da vontade de fomentar o cenário artístico-cultural regionalmente, se propondo a explorar diferentes possibilidades presentes no ciberespaço no que tange à comunicação da arte, sobretudo da arte que não possui ligações com os mercados formais. A ideia é que sejam publicados regularmente conteúdos sobre trabalhos artísticos de diversas áreas num formato que funciona numa espécie de hibridismo entre um portal e revista *online*.

Além disso, o veículo de comunicação pretende ser um espaço midiático que apresenta artistas independentes dos contextos do Brasil e de Portugal uns aos outros. Dessa forma, o objetivo geral desse projeto é ser um veículo de comunicação que promova, por meio de um portal digital, a troca entre artistas brasileiros e portugueses desconhecidos pelo mercado formal, intensificando a visibilidade de suas produções e a cena independente dos dois países, além de apresentar esses cenários aos leitores que se interessam pela temática. Ademais, os objetivos específicos do projeto são:

1. Realizar uma reflexão sobre os novos espaços para difusão artística;
2. Compreender o espaço da arte independente no ciberespaço, bem como a realização de uma exploração teórica sobre as temáticas;
3. Compreender a possibilidade da construção de um veículo de comunicação cultural através de conteúdos colaborativos relacionados a arte independente no contexto luso-brasileiro;
4. Promover a arte e a cultura localmente a partir da realização de eventos culturais.

Dessa forma, a *LusoBra Artes* é um veículo de comunicação independente que compreende a temática da arte, seguindo algumas das características do jornalismo de revista como seu molde, o apelo visual e o formato do conteúdo produzido. Entretanto, o veículo não é uma revista porque está pautado fundamentalmente no conceito de conteúdo colaborativo, já que parte dos textos publicados é recebida pela redação e publicados na íntegra. Esses textos são inscritos através do formulário do site, das redes sociais ou do email, na maioria das vezes pelos próprios artistas e possuem caráter de apresentação de projetos ou trabalhos, de texto literário ou de promoção de alguma produção artística específica, o que traz a esse veículo de comunicação um espírito de microfone aberto para artistas no ciberespaço.

O conceito de conteúdo colaborativo nesse formato ainda é muito recente, sendo uma das possibilidades que foram intensificadas com o ciberespaço, e mais especificamente, com a *web 2.0* e é utilizada aqui como uma forma de ampliar a

democratização da comunicação artística, servindo de espaço para que artistas de diferentes áreas possam compartilhar e comunicar suas experimentações. Sendo assim, a *LusoBra Artes* é uma tentativa de ir contra alguns aspectos da corrente cultural tradicional e da comunicação hegemônica, sendo um espaço para que artistas que possuem trabalhos sem ligação com os mercados formais e pertençam ao contexto luso-brasileiro possam obter espaço midiático para a promoção de suas obras. Além disso, é um projeto que não tem e nunca terá fins lucrativos, dedicando-se a divulgação artística, independentemente da demanda do mercado, abraçando o caráter de publicação independente que possui.

Dessa forma, a comunicação presente na *LusoBra Artes* é inteiramente voltada para a arte independente, e que por isso, muitas vezes acaba não possuindo espaço na mídia além da mídia autônoma, como as redes sociais e plataformas exclusivas para a divulgação de portfólios. A comunicação presente no projeto é voltada para a arte que não possui um produto material no sentido de consumo, à arte que é feita para ser debatida, apreciada, questionada, valorizada. O que se propõe aqui então é a criação de um espaço midiático e democrático onde a arte que não se preocupa em atender às tendências do mercado - seja pela temática de caráter crítico, social ou polêmico, ou pela experimentação técnica e/ou estética fora dos padrões - possa ser difundida.

Escolheu-se direcionar o foco para as cenas artísticas de Portugal e do Brasil por dois grandes motivos, sendo o primeiro contribuinte para o segundo. O primeiro é o aproveitamento da potencialidade de troca cultural entre esses países lusófonos através língua comum. O segundo é a tentativa de aproximar, através dessa troca cultural, esses dois países que - justamente por sua história e pelos traumas decorrentes dessa - mantém uma relação fragilizada. Claro que um portal de comunicação voltado para o cenário independente e que tem como público um nicho específico não reconstrói uma relação, mas pode servir como um pequeno passo em direção a reflexão sobre os laços que unem e simultaneamente separam esses dois países.

Para essa troca cultural ser possível, utiliza-se a língua comum - a língua portuguesa - não obstante que, mesmo com o acordo ortográfico, ainda existam diferenças entre o português europeu e o português brasileiro, o que não necessariamente institui barreiras no entendimento, mas serve como fator identitário. Sendo assim, como forma de reafirmar a identidade da *LusoBra Artes* como um projeto de dupla nacionalidade, optou-se por adaptar os menus e textos de apresentação do site aos dois formatos do idioma, seja escrevendo das duas formas quando o termo diferencia-se, ou adaptando a forma de escrita com parênteses quando apenas a forma de escrita é diferente. Entretanto, isso não se aplica aos textos de apresentação dos artistas, tendo em vista os textos que foram enviados como parte da produção de conteúdo colaborativo explanado anteriormente.



Imagem 1 - Print do menu inicial do website da *LusoBra Artes* para demonstração da língua adaptada - arquivo pessoal

Além disso, optou-se por fazer um veículo de comunicação nos moldes de uma revista porque, se em sua forma impressa esse tipo de meio comunicacional já permite uma infinidade de formas de explorar o uso de imagens estáticas, no ciberespaço - e mais especificamente na *Web 2.0* - as possibilidades de usos imagéticos se ampliam ainda mais. Dessa forma, as revistas *online* têm em si a potencialidade de usos da multimídia, tendo em vista que segundo Ferrari (2014), "os elementos que compõem o conteúdo online vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa - textos, fotos e gráficos". Essa potencialidade de uso de conteúdos multimídia acaba sendo uma ferramenta essencial no que tange a comunicação de diversos tipos de arte, o que torna esse formato de veículo, ideal para a difusão de experimentações artísticas que utilizam diferentes tipos de mídia. Dessa forma, com o projeto aqui apresentado, busca-se utilizar essas potencialidades na construção de um espaço midiático dentro do ciberespaço para a propagação de arte independente.

### 1.3 Análise do cenário

Para construir a análise dos cenários que envolvem a *LusoBra Artes*, foram realizados dois principais tipos de investigação. O primeiro consiste em uma pesquisa por produtos semelhantes, seja no formato editorial ou nas formas de produção de conteúdo, sendo pertinentes à temática da arte, não obstante que tenham direcionamento diversificado nessa temática. Buscou-se nessa parte, averiguar principalmente veículos de comunicação que tem produção e distribuição independente e que estão dentro do contexto luso-brasileiro. O segundo é a realização da análise FOFA<sup>1</sup>, que de acordo com Carpinetti (2012), consiste em uma ferramenta utilizada como uma forma de identificar, mensurar e saber utilizar as forças e fraquezas, que o autor considera fatores internos à organização ou produto, e as oportunidades e ameaças, considerados fatores externos que devem ser explorados, aproveitados ou contornados dependendo de sua natureza.

<sup>1</sup> sigla para Forças, Oportunidade, Fraquezas e Ameaças

Um dos produtos semelhantes à *LusoBra Artes* aqui apresentado é o “*Jornal Relevo*” que pode ser considerado parecido com o projeto devido à dois principais fatores. O primeiro é que ele utiliza-se dos moldes do jornalismo sem ser um produto jornalístico propriamente dito e o segundo é que conta com conteúdos colaborativos, publicando, além dos textos da redação, artes e textos que lhe são enviados. O “*Relevo*” é voltado para a produção e a publicação de conteúdos sobre arte independente, sobretudo para a literatura, sem deixar de lado as outras formas de expressão artística. O veículo de comunicação possui tom satírico e ácido sendo produzido de forma totalmente independente e distribuído gratuitamente em alguns pólos culturais de Curitiba, cidade em que é sediado - localizada no estado do Paraná no sul do Brasil - e em outros locais do país como os estados Acre, Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, e Sergipe em ambientes conectados com a cultura como bibliotecas públicas, universidades, cafés, bares, livrarias, etc.

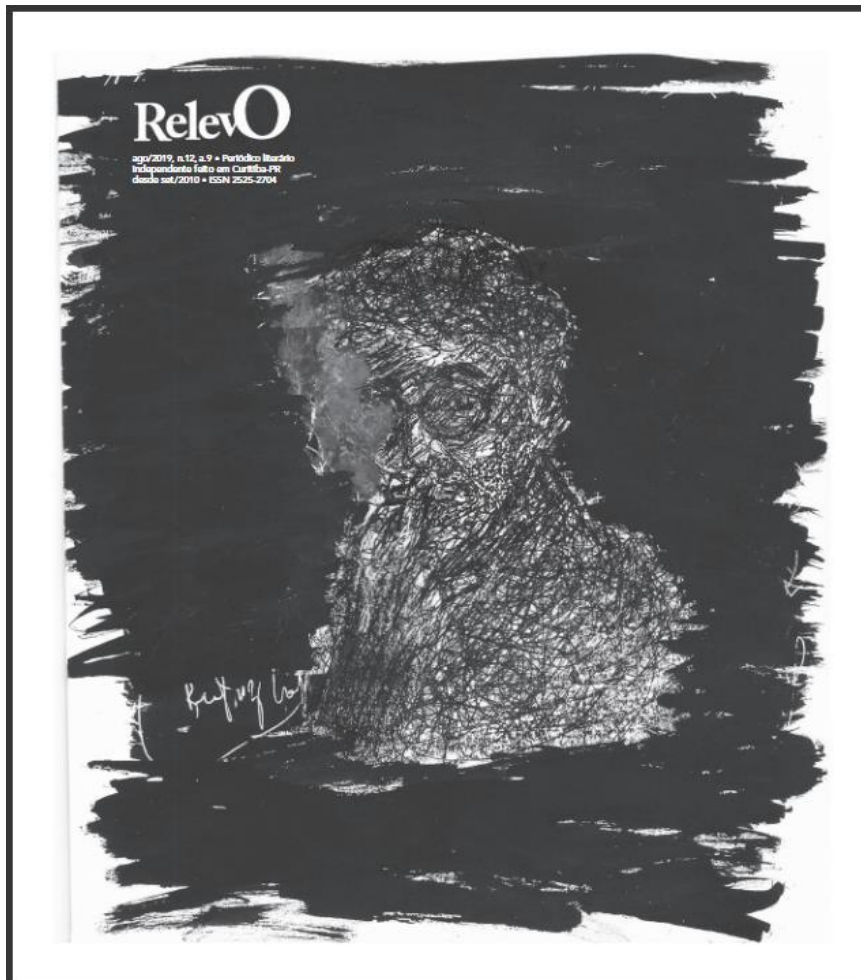


Imagem 2 - Capa do Jornal *O Relevo* de Agosto de 2019

O “*Relevo*” existe desde 2010 e não possui fins lucrativos, cedendo espaço para anunciantes apenas para arcar com os custos de sua produção além de ter um público assinante que contribui espontaneamente. Além da versão física, são disponibilizadas de forma gratuita todas as edições, que são mensais, na versão em PDF através da plataforma *Issuu* que é voltada para a publicação independente, estando disponível no [link https://issuu.com/jornalrelevo](https://issuu.com/jornalrelevo).

Outro veículo de comunicação que possui similaridades com a *LusoBra Artes*, é a revista *online* “Arte Capital” que foi lançada em 2006, contando com diversos conteúdos relacionados a arte e a cultura Portuguesa. Além da temática, sua similitude com o projeto reside no fato de que em seu site, o veículo de comunicação disponibiliza a abertura para receber conteúdos que podem ser enviados livremente e democraticamente pelos seus diferentes públicos, sejam leitores, artistas ou produtores culturais.

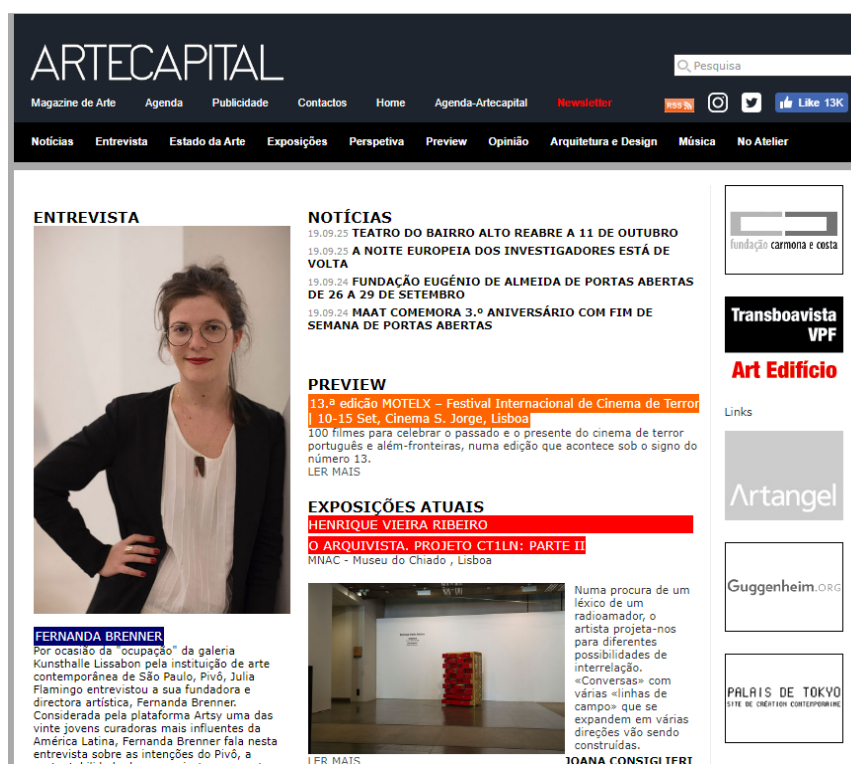


Imagem 3 - Printscreen da página inicial da revista “Arte Capital”, Setembro de 2019

Um de seus objetivos explicitados é a fomentação da cultura e a contribuição para a formação de um público reflexivo sobre a sociedade em que vive através da obtenção de conhecimento pela comunicação a respeito da arte contemporânea. A revista é distribuída exclusivamente na sua versão *online* através do [website https://www.artecapital.net/](https://www.artecapital.net/) e possui caráter de divulgação de informações críticas sobre exposições e trabalhos artísticos. Todo o conteúdo publicado na revista permanece no banco de dados do site e pode ser acessado mediante pesquisa.

Há ainda a revista *online* "DasArtes" que foi lançada em 2009 e pouco divulga sobre sua história nos meios digitais. A revista iniciou tendo sua distribuição exclusivamente impressa e somente a partir da edição de número 42 passou a ter distribuição *online* e gratuita, em 2015. Atualmente, a versão física possui produção e circulação mensal e retrata, sobretudo, o contexto artístico brasileiro. No site são publicados conteúdos além dos presentes na revista física como notícias referentes ao mundo da arte e uma agenda cultural que é constantemente atualizada sobre os eventos que acontecem nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e Ceará. A "DasArtes" se mantém a partir de anunciantes, apoiadores e assinantes e utiliza as redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* como formas de comunicação.



Imagem 4 - Capa da revista "DasArtes" de Outubro de 2019

Além dessas, há a revista "Umbigo" que foi lançada em Junho de 2002, sendo a primeira revista de Portugal a dedicar-se exclusivamente à arte e à cultura. Ela tem sua circulação tanto na mídia impressa, quanto em plataforma *online*, tendo nessas duas formas, atualizações em períodos diferentes. A revista impressa é publicada trimestralmente enquanto que o site é atualizado diariamente e esses possuem conteúdos distintos. Segundo consta no site da revista, em 2013 a disponibilização de conteúdos *online*, bem como o site dessa, foram reformulados, passando só então a de fato ser também uma

revista *online*. A revista dedica-se majoritariamente a disseminação da arte portuguesa, não obstante que possua também algumas matérias a nível internacional.

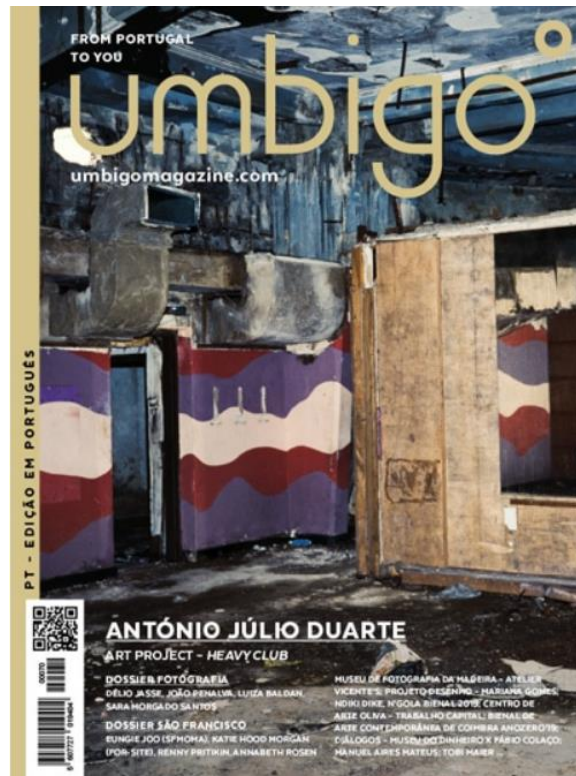


Imagem 5 - Capa da revista “Umbigo Mag” de Outubro de 2019

Em 2017, a “Umbigo” passou por uma reforma após ser inserida no programa Portugal 2020 - cujo consiste em um acordo de parceria entre Portugal e a comissão europeia visando o desenvolvimento de Portugal entre 2014 e 2020 - e a partir de então, passou a ter também sua versão em inglês, tendo como slogan a frase “*From Portugal to You*”, além de ter sua distribuição expandida para o resto da Europa e outros países como os Estados Unidos, o Canadá, a Austrália e o Brasil. A revista também possui apoio do Ministério da Cultura de Portugal, da Câmara Municipal de Lisboa e da Fundação Calouste Gulbenkian, além de ter parceria com a livraria Sá da Costa.

A existência de veículos midiáticos como esses, que impulsionam a comunicação da arte de forma independente, exaltam que há a possibilidade para projetos como o que é aqui apresentado. Após o levantamento de alguns produtos semelhantes, realizou-se a análise FOFA, na qual foram diagnosticados através da observação dos contextos internos e externos da *LusoBra Artes* as oportunidades e os possíveis déficits, tendo em vista que a criação de um veículo de comunicação com conteúdos voltados para a arte independente, pode ser algo árduo se mal direcionado, levando em consideração que esse acaba por direcionar-se à um nicho de público específico. Por isso, se faz necessária uma análise estratégica do cenário em que esse irá se inserir, visando a minimização de danos ocasionados por falta de planejamento.

Na tabela abaixo estão esquematizadas as forças e fraquezas, que são considerados fatores internos ao veículo de comunicação e as oportunidades e ameaças, que são relacionadas aos fatores externos à essa.

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Projeto de caráter inovador por atualmente não existir nenhum veículo de comunicação voltado para a arte independente luso-brasileira</li> <li>● Forte apelo visual</li> <li>● Potencialidade de ampla produção de conteúdos pela aceitação recebida num primeiro momento das comunidades artísticas locais de Curitiba e Portalegre, onde o projeto tem atuação mais forte</li> <li>● Abrangência de temáticas no que tange os diferentes tipos de arte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipe Reduzida para a demanda de trabalhos realizados</li> <li>● Falta de recursos monetários para a realização do projeto</li> <li>● Falta de reconhecimento por ainda ser recente no mercado</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Facilidade na criação e publicação de conteúdos devido ao crescimento do ciberespaço e seus recursos tecnológicos</li> <li>● Ampliação do cenário da arte independente de local para global devido à evolução da internet e desenvolvimento das redes sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Baixa adesão do público leitor</li> <li>● Desvalorização da arte enquanto área do conhecimento</li> <li>● Baixa adesão de potenciais apoiadores</li> </ul>

Tabela 1 - Análise FOFA / arquivo pessoal

Para identificar as forças levou-se em consideração que ao efetuar a procura por produtos semelhantes não foi encontrado nenhum veículo de comunicação que fosse dedicado à divulgação exclusiva de trabalhos artísticos independentes nos contextos de Portugal e do Brasil, o que confere ao projeto um caráter de inovação. Além disso, por ser um projeto que segue os moldes do jornalismo de revista e ser dedicado às artes, investiu-se na produção da sua identidade visual, o que proporciona a *LusoBra Artes* um forte apelo estético. Ademais, outra força identificada foi a aceitação por parte dos artistas sobre o projeto, tendo em vista que, mesmo antes desse ser estruturado completamente, houve interesse desses na subscrição de seus trabalhos através de um formulário divulgado

através das redes sociais para estarem presentes na primeira edição. Essa potencialidade de produção de conteúdos distintos também circunscreve diferentes temáticas pertinentes a arte, o que acarreta em uma diversidade de sub-temas dentro da arte, o que pode ser considerada outra força, considerando que, tendo temáticas diferenciadas, são atraídos públicos diferenciados no ciberespaço.

As oportunidades identificadas estão intrinsecamente ligadas com as possibilidades advindas do desenvolvimento tecnológico e do ciberespaço, tendo em vista que o desenvolvimento da internet possibilita uma maior interação. Essa ampliação na interação possibilita uma mudança no cenário da arte independente, tendo em vista que as atividades culturais que antes eram restritas ao meio local, agora têm a possibilidade de serem globalizadas através da comunicação em rede, o que proporciona uma maior abrangência e unificação desses cenários locais. Além disso, há a oportunização da facilidade de obtenção de conteúdos através de plataformas online bem como a facilidade em criar *websites* e publicar esses conteúdos.

Dentre as fraquezas identificadas, a falta de uma equipe é a mais prejudicial, tendo em vista que a manutenção de um veículo de comunicação é difícil se realizada por apenas uma pessoa, fator que pode ser contornado através do recrutamento de voluntários num futuro próximo, para que o projeto possa se estabilizar e ganhar mais visibilidade. Outro fator interno prejudicial identificado é a falta de recursos monetários disponíveis para a realização do projeto, fator que pode inicialmente ser melhorado através da obtenção de apoiadores que disponibilizem produtos ou patrocínio para que o andamento do projeto seja possível. Além dessas fraquezas, há ainda o fato de que o veículo de comunicação ainda está se inserindo no mercado, não obtendo então reconhecimento suficiente nesse primeiro momento.

As ameaças em potencial identificadas foram a possibilidade de baixa adesão de um público leitor, a desvalorização da arte enquanto área do conhecimento e conseqüentemente a falta de valor dado a conteúdos produzidos sobre a temática e a possibilidade de obter-se dificuldades na conquista de novos apoiadores. Essas ameaças podem ser contornadas a partir da elaboração de um plano de comunicação eficiente.

## CAPÍTULO II | ENQUADRAMENTO TEÓRICO

### 2.1 Ciberespaço, cibercultura e arte

O ciberespaço tem sua evolução ao mesmo passo em que a tecnologia se desenvolve, tendo em vista que é uma consequência desse desenvolvimento. Ele pode ser caracterizado como “um espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores” (Levy, 2000, p. 92), mas vai além disso, mudando as relações entre espaço, tempo, indivíduo, comunicação e sociedade. O termo teve sua difusão com a obra de ficção científica intitulada *Neuromancer* (1984) de William Gibson, em que era conceituado como “uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano” (Gibson, 2003, p. 67). Ao escrever sobre o ciberespaço, Gibson provavelmente não sabia que ele se tornaria algo tão intrínseco à sociedade e a vivência humana.

Semanticamente falando, o prefixo “*ciber*” vem do grego e significa “controle” e foi utilizado por Gibson na criação do termo ciberespaço, segundo Elias (2008), tendo como inspiração a tecnologia da época da sua formulação na qual o espaço virtual acessível era limitado aos arcades de *videogames* em que se utilizavam controles para comandar elementos desses jogos. O prefixo também foi utilizado pelo matemático Norbert Wiener para a criação do termo cibernética que possui “o significado de ciência do controle e da comunicação entre os seres vivos e as máquinas” (Monteiro, 2007, p. 3). Levando isso em consideração, o termo “*ciber*” ficou então fortemente ligado aos novos meios digitais que possibilitam novas formas de comunicação.

Assim, o termo ciberespaço pode ser utilizado para determinar o lugar não físico de interação criado a partir das tecnologias que funcionam em rede, como a internet. Ele é, segundo Monteiro (2007, p. 1), um espaço sem território e existe “em um local indefinido, cheio de devires e possibilidades”. Dessa maneira, o ciberespaço é um espaço onipresente, pois não está limitado as barreiras da sua estrutura, tendo em vista que cabos e computadores são apenas uma forma de acesso a esse. Entre outros, por esse motivo, ele propicia uma infinidade de possibilidades de comunicações e de interações em um tempo não linear, sendo atemporal, ao mesmo passo em que funciona de maneira cada vez mais veloz. Há também - devido ao desenvolvimento das tecnologias - cada vez mais facilidade de acesso ao ciberespaço, o que, juntamente com sua atemporalidade e onipresença, faz com que esse seja cada vez mais utilizado para a disponibilização e procura de informações.

Dessa forma, o desenvolvimento da tecnologia se intensifica na contemporaneidade sendo uma alavanca de modificação para toda a sociedade bem como do fazer artístico e da comunicação presente nessa. Com ela, surgem transformações drásticas nas formas de interação e essas transformações estão intrinsecamente ligadas às transformações culturais. Entretanto, segundo Santaella (2003, p. 24), “não devemos cair no equívoco de julgar que as transformações culturais são devidas apenas ao advento de novas tecnologias e novos meios de comunicação e cultura.” A cultura se transforma porque a sociedade se transforma e conseqüentemente seus signos se transformam, estando cada vez mais inseridos no ciberespaço. Sendo assim, as diferentes culturas ao redor do mundo tendem a terem seus signos imersos no espaço da tecnologia, o que forma gradativamente a construção de uma cibercultura, que é múltipla e colaborativa ao mesmo passo em que é personalizável e está em constante mutação, derivada da evolução progressiva do ciberespaço, sendo explicada por Levy (2000, p. 120) como um “universal sem totalidade”.

Levy (2000) refere o conceito de cibercultura como universal não só porque é onipresente, mas principalmente porque tem ampla abrangência nas diversidades entre os sujeitos de diferentes sociedades, contemplando em si diferentes seres humanos com diferentes referenciais e bases culturais. E não totalizante porque é um conjunto de diferentes elementos culturais transcritos e adaptados ao ciberespaço, não sendo a uniformização ou a hegemonização das diversas culturas que são suas origens. Isso reflete em como o ciberespaço propicia a comunicação que é cada vez mais abrangente, oportuniza amplas trocas culturais. Em suma, para Levy (2000, p. 122), “a cibercultura [...] mostra precisamente que existe outra forma de instaurar a presença virtual da humanidade em si mesma (o universal) que não seja por meio da identidade do sentido (a totalidade).” Isto posto, a cibercultura só é possível devido às ferramentas técnicas que propiciam o ciberespaço, sem ser, no entanto, única e exclusivamente determinada por essas, pois sua maior variável está no ambiente real, sendo ela, o ser humano. Sendo assim, o desenvolvimento da cibercultura tem como pilares da sua formação a tecnologia e a comunicação, tendo em vista que são essas que permitem que os dados presentes no ciberespaço sejam acessados, replicados ou produzidos pelos seres humanos que a moldam, o que vai de encontro com Santaella (2003), que define a cibercultura como a cultura do acesso. Dessa forma, a cultura modifica-se a medida em que seus signos tem sua mutação moldada a partir de interações sociais, que por sua vez, são oportunizadas pelo desenvolvimento tecnológico.

Modificando-se a sociedade e a cultura, modifica-se também a arte que, via de regra, de acordo com Lemos (1997, p. 21), “exprime sempre o imaginário de sua época”. Sendo assim, com o crescimento da presença de diversos signos culturais no ciberespaço, inserem-se nesse também, artes diversas em referências culturais, estéticas, poéticas,

formatos, etc. Consequentemente a entidade “Arte”, presente no ciberespaço é como a cibercultura: um amontoado de signos diversos em origem, temporalidade, interação e em constante mutação. Isso faz com que essa seja em essência, múltíplice - o que a torna impossível de determinar restritamente.

Essa multiplicidade associada às possibilidades de constante interação que o espaço da tecnologia propicia, faz com que as obras de arte da cibercultura, segundo Levy (2000, p. 147), muitas vezes não tenham limites bem definidos, funcionando como obras abertas “porque são fisicamente acolhedoras para a imersão ativa de um explorador e materialmente interpenetradas nas outras obras da rede.” Dentre outros, esse é um dos motivos pelo qual é difícil determinar uma única estética ou conceito específico no que tange a arte na cibercultura. Logo a arte, a comunicação e a tecnologia estão gradativamente formando uma área de convergência, tendo em vista que esses elementos na cibercultura são pautados no mesmo conceito: o da interação, seja ela de estéticas, pessoas ou máquinas.

Diante dessa exposição conceitual da intersecção do ciberespaço, da cibercultura e da arte, conclui-se que o espaço cibernético em conjunto com o constante desenvolvimento das tecnologias, modifica a sociedade, e consequentemente a arte, enquanto é simultaneamente fruto da evolução sócio-cultural. A comunicação midiática encontra-se segmentada e personalizada e não há mais um limite rigidamente delimitado entre comunicador e audiência, tendo em vista que, no ciberespaço, a emissão de informação é democratizada. Sendo assim, existe e busca-se o acesso à informação e há uma transformação das relações entre indivíduo e mídia, levando em consideração que todos passam a ser produtores de conteúdos. Dessa forma, a longo prazo, a cultura modifica-se com a comunicação e essa mudança estende-se a tudo que tange a cultura, inclusive na produção e distribuição da arte.

## **2.2 A Arte e a comunicação no ciberespaço**

Com o surgimento da possibilidade de reprodutibilidade técnica, discutida por Walter Benjamin (1955) em suas consequências sociais e culturais, e posteriormente com a evolução do ciberespaço e das tecnologias que permitem a reprodutibilidade, sucedem-se mutações na forma do pensar e absorver artístico, tendo em vista que esses dois fatores aliados tornam a arte mais democrática e a sua propagação mais intensa. Isso não quer dizer que toda arte tenha migrado o seu fazer para os meios passíveis de reprodutibilidade. Ainda há a arte que possui o que Benjamin (1955) chama de aura de originalidade, ou seja, a arte que é feita fisicamente e possui sua versão original. Entretanto, esse tipo de arte também passa a ser presente no ciberespaço de certa forma, pois, a essa está reservada a difusão de sua reprodução nesse ambiente. Isso faz com que, ao mesmo passo em que se

torne mais acessível, a arte tenha cada vez menos em sua essência a priorização do conceito de autenticidade, de obra única, o que segundo Benjamin (1955, p. 3), transforma toda sua função social, tendo em vista que “em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra *práxis*: a política”. Sendo assim, a aura das obras de arte também se ressignifica tendo em vista que a reprodutibilidade técnica propicia o afastamento da arte do seu espaço conhecido e tradicional, o que traz a essa uma sensação de constante atualização.

Sendo assim, com o advento de novas tecnologias, surgem as artes que são - em essência - reproduzíveis, que não possuem uma versão original, como a fotografia e o cinema. Na contemporaneidade, com o desenvolvimento das tecnologias conectadas em rede, surgem também novas formas de propagação da arte. Entretanto, segundo Cruz (2002), apenas essas novas práticas não são suficientes para determinar a poética da arte da cibercultura. Para a autora, o grande debate da arte contemporânea gira em torno da expressão de liberdade, que está intrinsecamente ligada à sua espacialidade, sendo o debate do seu espaço dentro da cibercultura, essencial para o direcionamento da cultura pós-moderna. Dessa forma, a busca em torno de questões a respeito da poética da ciberarte “situa a pergunta por uma arte do ciberespaço numa problematização essencial que, de facto, sempre ocupou a arte: a problematização da experiência e do seu espaço.” (Cruz, 2002, p. 150). Sendo assim, a luta da arte contemporânea é essencialmente por espaço, girando em torno da mudança dos ambientes da cultura.

Dessa maneira, a arte passa gradativamente a não estar mais limitada à um espaço físico. Encontra-se então nesse aspecto, uma mudança no ambiente artístico e ele torna-se parte desse espaço sem território da tecnologia em rede. Ao entrar no ambiente cibernético, a arte faz com que sua espacialidade deixe de estar exclusivamente sob amarras físicas e limitadas apenas à especialistas sobre o assunto. Desenvolvem-se inúmeras possibilidades de difusão de informação artística, como os *web-museus*, as revistas *online*, os *blogs* sobre o tema etc. Isto posto, segundo Cruz (2002, p. 151), é preciso ter em mente que o ciberespaço tem forte influência na exploração do espaço artístico, trazendo a atenção para questões que contribuem para o desenvolvimento da arte moderna e contemporânea.

Além da mudança no espaço artístico, o desenvolvimento das tecnologias e das formas de comunicação possibilitam também uma mudança no fazer da arte. O avanço da internet possibilita que, paulatinamente, as relações entre os indivíduos seja expandida, havendo possibilidades de interação que não existiam anteriormente. Sendo assim, a arte torna-se também mais interativa, o que faz com que, segundo Levy (2000),

“uma das características mais constantes da ciberarte seja a participação nas obras daqueles que as provam, interpretam, exploram ou lêem. Nesse caso, não se trata

apenas de uma participação na construção do sentido, mas sim uma coprodução da obra, já que o ‘espectador’ é chamado a intervir diretamente na atualização.” (Levy, 1999, p. 136)

Dessa maneira, as tecnologias fazem com que a arte passe por um processo de entrada no meio digital, sendo que, progressivamente, essas sejam mais utilizadas em seu fazer. Continua sim, a haver a arte que se utiliza apenas dos “meio tradicionais”, mas há também o desenvolvimento da arte tecnológica. Sendo assim, toda a arte contemporânea é influenciada pela tecnologia de algum modo, seja no seu fazer, pensar, reproduzir ou comunicar.

Pode-se afirmar então que o desenvolvimento do ciberespaço propicia, dentre outras coisas, uma ampliação do alcance da arte, que é consequência do crescimento do seu espaço. Tendo isso em vista, abrem-se ambientes para que artistas divulguem seus trabalhos de maneira autônoma, termo aqui utilizado no sentido de ser de forma independente de um grande veículo de comunicação. Além do desenvolvimento tecnológico, surgem as redes sociais que também têm influência sobre a propagação da arte, já que através delas, artistas que não estão inseridos no mercado formal da arte têm a possibilidade de divulgação do seu trabalho, surgindo inclusive, redes sociais que servem como portfólios para artistas e criativos de diversas áreas, como o *Behance*<sup>2</sup>, o *Vimeo*<sup>3</sup>, o *Flickr*<sup>4</sup>, o *DeviantArt*<sup>5</sup>, o *SoundCloud*<sup>6</sup> entre outros. Isso só reforça o caráter de democratização e de resignificação do espaço em que a arte pós-moderna está presente, o que propicia, segundo Lemos (1997, p. 21), a destruição das barreiras entre a alta cultura e a cultura popular. Além disso, surgem também plataformas que possibilitam a criação de espaços de arte colaborativos, como as ferramentas de financiamento coletivo que são utilizadas como forma de contribuição na produção e divulgação de arte independente. Dessa forma, a tecnologia pode se tornar um facilitador para a produção e difusão artística.

Esse panorama faz com que a cena da arte independente tenha mais possibilidades para o seu desenvolvimento já que, essas formas autônomas de divulgação podem ser uma alternativa, tanto ao mercado formal da arte, quanto aos meios de comunicação hegemônicos. O termo “arte independente” começou a ganhar voz na década de 1950 no mundo da música. Naquela época, segundo Nakano (2010, pp. 630 - 631) a indústria musical se fortalecia e as grandes gravadoras estavam se constituindo em um oligopólio, e apenas artistas seletos por essas tinham espaço de comunicação na mídia para o seu

---

<sup>2</sup> Plataforma voltada para a publicação de materiais ligados ao design e às artes visuais

<sup>3</sup> Plataforma voltada para a publicação de materiais de vídeo

<sup>4</sup> Plataforma voltada para a publicação de fotografia

<sup>5</sup> Plataforma voltada para a publicação de ilustrações

<sup>6</sup> Plataforma voltada para a publicação de músicas

trabalho. Entretanto com o desenvolvimento das tecnologias de gravação e a queda nos custos de produção tornou-se “possível o surgimento de pequenas gravadoras independentes” (Nakano, 2010, p. 631). Essas gravadoras eram chamadas independentes por, não só serem pequenas, mas principalmente por funcionarem independentemente desse formato comercial da música, produzindo e distribuindo trabalhos de músicos que não tinham espaço nesse oligopólio. Atualmente, o termo “arte independente” se estende a outros tipos de arte, sendo utilizado para nomear a arte que é produzida, comunicada e distribuída independentemente dos mercados formais da arte e dos grandes meios de comunicação.

O desenvolvimento da comunicação presente no ciberespaço estende-se também sob o fazer artístico, o que cria, segundo Lemos (1997, p. 22), “uma arte aberta, rizomática, e interativa, onde autor e público se misturam de forma simbiótica”. Há paulatinamente o uso de tecnologias distintas no mundo da arte, e essas em alguns casos, podem inclusive ter seus usos desbravados por esse. Tendo em vista que, segundo Elias (2008, p. 192) “as novas atitudes artísticas e tecnológicas são, ou deveriam ser, praticamente unas”, o que, via de regra, afeta a estética da arte contemporânea. A tecnologia passa a estar intrínseca na arte, o que muda a maneira de a pensar, a absorver e a comunicar. Logo

“as novas formas de se relacionar com a tecnologia, bem como a hibridização das relações humanas, tornam necessárias novas tratativas conceituais para se compreender as estéticas artísticas contemporâneas. Como o advento da tecnologia gera um rompimento com o paradigma estético renascentista, surge uma nova forma estética e a premente necessidade de sua compreensão”. (Lopes, 2017, p. 293)

Ademais, muda-se também a forma de distribuição da arte e isso se deve, além do desenvolvimento das tecnologias como ferramentas, aos processos evolutivos da comunicação, tendo em vista que, segundo Lopes (2017), o uso de redes de informação e de ambientes virtuais consequentemente maximiza o alcance e as ofertas informacionais, de modo a disseminar uma heterogeneidade cultural, não obstante que essas podem ser também utilizadas como forma de massificação e estímulo do consumo de uma cultura mais generalista, como explanam Adorno e Horkheimer (1985, 2002) com a Indústria Cultural explanada a seguir.

No começo do desenvolvimento das tecnologias de comunicação que vêm a se tornar o que foi consolidado como as mídias tradicionais ou a grande mídia, há o início também do conceito de comunicação massificada, o que culmina na criação de uma indústria cultural, conceituada por Adorno e Horkheimer (1985) como a cultura que é produzida para ser mercantilizada e consumida, difundida através de um conjunto de meios de comunicação - como o cinema, a rádio, a televisão, os jornais e as revistas - a fim da

geração de lucro para um determinado grupo de empresários e da sustentação desses processos industriais. Para os autores, essa pode exercer uma espécie de controle social sob as massas que a consomem através dos meios de comunicação. Na indústria cultural, a distribuição da cultura passa a ser massificada e planejada para ser homogeneizada, visando não a propagação da cultura, mas sim a lucratividade. São criadas então, artes generalistas que visam o seu consumo enquanto produto, o que faz com que a arte e o entretenimento comecem a se fundir, surgindo então a arte comercial. E, por mais que em determinada perspectiva isso seja algo pernicioso ao produzir artístico, “esta dimensão mercadológica da cultura rompe a fronteira de manifestações culturais até então consideradas como elitistas” (Lopes, 2017, p. 288) culminando na democratização da arte, tendo em vista que o acesso a essa passa a ser facilitado para os mais diversos tipos de público.

Esse caráter da democratização da arte se expande para o ciberespaço, sendo uma espécie de herança da indústria cultural para a cibercultura, não obstante que a indústria cultural continue existindo. Entretanto, ao mesmo tempo em que descende dessa, na cibercultura, a comunicação caminha no sentido contrário da comunicação de massa no quesito da hegemonia, sendo mais um espaço de circulação de cultura, considerando que os conteúdos estão dispostos nesse paulatinamente de maneira personalizada e que há progressivamente uma maior segmentação dos públicos. Isso faz com que haja espaço no ambiente cibernético, tanto para a arte aqui chamada de comercial, quanto para a arte. Dessa forma, segundo Françoise Sabbah (1985)

“a nova mídia determina uma audiência segmentada, diferenciada que, embora maciça em termos de números, já não é uma audiência de massa em termos de simultaneidade e uniformidade da mensagem recebida. A nova mídia não é mais mídia de massa no sentido tradicional do envio de um número limitado de mensagens a uma audiência homogênea de massa. Devido à multiplicação de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva. A audiência visada tende a escolher suas mensagens, assim aprofundando sua segmentação, intensificando o relacionamento individual entre o emissor e o receptor”. (in Castells, 1999, p. 424)

Dessa forma, não é porque a comunicação evolui nesse sentido que a arte massificada deixa de existir, ela apenas segmenta-se. No ciberespaço há ainda mais possibilidades artísticas, tendo nele espaço para todos os tipos de arte, seja a clássica, através de sua reprodução, seja a independente ou a comercial. Isso acontece devido a convergência de informação para o ciberespaço que é pertinente a todo tipo de informação, se estendendo inclusive para o âmbito da arte.

A convergência de informações é o que Jenkins (2009) relaciona em 3 fatores - a convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva - em que há a reapropriação e ressignificação de conteúdos e produção midiática cooperativa. Essa convergência "ocorre dos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros" (Jenkins, 2009, p. 29), e segundo o autor, faz com que as mídias tradicionais e digitais hibridizem-se, reformulando as relações com as tecnologias.

No entanto, é importante ter em mente que, por mais que o desenvolvimento de novas mídias e formas de comunicação tenham influência na produção artística, "meios continuam sendo meios" (Santaella, 2003, p. 25). Sendo assim, a arte se modifica porque a sociedade também está sob constante mutação, e embora o desenvolvimento das tecnologias midiáticas seja parte dessa mutação, paradoxalmente, essas só desenvolvem devido a mudança no âmbito social. Assim, a arte tem sua mudança propiciada pelo ciberespaço, mas só se modifica devido às transformações sociais, sendo assim, segundo Lemos os valores artísticos passam então a sintetizar "os valores econômicos, tecnológicos e epistemológicos do maquinismo da modernidade" (2008, p. 21).

Dessa forma, com o surgimento da possibilidade de reprodutibilidade técnica de obras artísticas conceituada por Walter Benjamin (1955) e o uso dessas tecnologias para a criação da "arte comercial" da indústria cultural (Adorno e Horkheimer, 1983), começa também a desmistificação da arte, fator que é intensificado com a evolução da comunicação no ciberespaço. A arte encontra-se em constante mudança e a chamada arte clássica, em constante ressignificação devido a tecnologia. A arte começa a englobar a tecnologia e a tecnologia passa a englobar a arte. Dessa forma, a tecnologia sempre estará em evolução constante e, conseqüentemente, continuará a influenciar as formas de comunicação entre os indivíduos na sociedade em que está inserida.

Essa influência sob a comunicação se estende sob a arte, o que faz com que cada vez menos haja um limite rígido entre esses três âmbitos - tecnologia, comunicação e arte - tendo em vista que "a midiatização da sociedade está diretamente ligada às mudanças culturais e sociais vivenciadas na atualidade" (Lopes, 2017, p. 289) e que essa influência se dá desde os primórdios dessa midiatização. Isso reflete na arte, tanto na sua distribuição quanto no seu fazer, tendo em vista que "a arte estará como sempre esteve, dependente dos modos de relação da arte com os públicos" (Fernandes, 1999, p. 176), sendo assim, a evolução da arte sempre estará ligada ao desenvolvimento da sociedade em que está inserida, ao mesmo passo que esse está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento das tecnologias, o que faz com que a sociedade, a comunicação e a arte evoluam ao mesmo passo.

### 2.3 As publicações independentes e as revistas *online*

O projeto aqui apresentado se propõe ser um veículo de comunicação independente, pois funciona independentemente das demandas do mercado, e que para isso, utiliza-se de alguns dos formatos do jornalismo de revista, sobretudo em seu formato *online*. Por esse motivo, é importante compreender a evolução e o desenvolvimento dos processos que envolvem as publicações independentes, bem como as revistas no ambiente digital.

Pode-se considerar publicação independente todo tipo de material editorial que é produzido e distribuído independentemente de grandes companhias, sendo realizados em muitas das vezes de forma autônoma. Um dos mais fortes, e porque não pioneiros, exemplos de publicação independente são as *Fanzines* ou *Zines*, nomes utilizados para denominar uma espécie de material gráfico feito e distribuído com baixo custo sendo, segundo Borges e Quintela (2015, p. 13) “‘objetos caseiros’, produzidos de forma artesanal, individual ou coletivamente, e que têm, em geral, uma difusão limitada, restrita a determinados circuitos *underground*’.

As *Zines* tiveram seu começo nas décadas de 1920 atrelado a produções de fãs de ficção científica, mas foram mais amplamente difundidas nos anos 70 e 80, com o surgimento e o fortalecimento do movimento *Punk*, sendo utilizadas pelo movimento social como um meio de comunicação, onde eram difundidos bandas, lançamento de discos, *shows* e textos ideológicos, compondo-se como uma forma de alternativa à mídia tradicional hegemônica (Borges e Quintela, 2015). Ainda há a produção e a publicação de *fanzines*, sendo que atualmente existem mais tecnologias para o seu feito e uma conexão maior dessas com o *design* gráfico. Outros tipos de publicação independente se desenvolvem no mesmo caminho. Além disso, há as possibilidades de difusão que a tecnologia hodierna propicia, sobretudo a internet. Dessa forma, as *zines* e demais publicações autoeditadas passam então a não estar mais limitadas somente as feiras e eventos dedicados à edição independente, passando a se posicionar também no ciberespaço.

Isso se dá tanto pelo fato de que, atualmente, há mais facilidades advindas das ferramentas técnicas para fazer publicações independentes - como os *softwares* de edição de imagem, de editoração etc. - quanto pela facilidade que o ciberespaço promove na difusão dessas publicações, o que favorece o surgimento de plataformas voltadas para a publicação independente como o *Issuu*<sup>7</sup> e o *tipo.pt*.<sup>8</sup> Dessa forma, há cada vez mais

---

<sup>7</sup> Disponível em <https://issuu.com/>

<sup>8</sup> Desenvolvida por Catarina Figueiredo Cardoso e Isabel Baraona, disponível em <http://tipo.pt/index.php/pt/>

subterfúgios para a comunidade artística independente, o que pode contribuir para o desenvolvimento da cena da *indyard*<sup>9</sup>.

Dessarte, as publicações autoeditadas que servem para que artistas e *designers* compartilhem seus trabalhos de forma independente - longe do mercado formal e da mídia hegemônica - alcancem no ciberespaço mais facilidades para a sua difusão. Sendo assim, surgem paulatinamente, mais publicações de livre editoração servindo para esse propósito. Inclusive, é possível observar revistas *online* editadas e publicadas de forma independente voltadas ao conteúdo artístico, utilizando-se desse formato devido às possibilidades de experimentação estética e da potencialidade de uso de diversos tipos de mídias.

As revistas começaram a mudar sua forma de interação e deram seus primeiros passos rumo ao ambiente digital na década de 1980, ao incluir computadores nas suas redações, tanto na produção de textos quanto na manipulação imagens e diagramação, tendo em vista que segundo Tony Quinn em seu artigo “*Digital magazines: news and a history timeline*”<sup>10</sup>, é nessa década em que se desenvolvem tecnologias para aprimorar tipografia, *layout* de página e manipulação de imagem. Além disso, começam também os tablóides digitais, mesmo que precários, e a utilização de *email* como contato comercial entre revista e leitor. Já nos anos 90, com a popularização dos computadores pessoais, surgiram as revistas distribuídas em *CD-Roms*<sup>11</sup>, que possuíam mais conteúdo que as revistas impressas e acabavam por sair a um preço menor ou equivalente. Foi nessa década também que se desenvolveu a tecnologia do *PDF*<sup>12</sup>, que permite o compartilhamento de documentos digitais em diversas plataformas sem que esses arquivos sofram qualquer tipo de desconfiguração, o que é um facilitador para que as revistas adentrem ainda mais o universo eletrônico e digital. Nos anos 2000, as revistas em *CD-Rom* popularizadas na década anterior, passam a contar com arquivos de vídeo, o que possibilita a criação de conteúdos multimídia. É nessa década também que surgem as primeiras revistas somente digitais, assim como as primeiras revistas passíveis de serem baixadas para telefone móvel como a “*Time Out*”<sup>13</sup>, a “*OK!*”<sup>14</sup>, a “*Glamour*”<sup>15</sup> e a “*GQ*”<sup>16</sup>. É nesse período também em que algumas revistas são lançadas na plataforma “*YouTube*”<sup>17</sup>, como a “*Vogue*”<sup>18</sup>.

---

<sup>9</sup> IndyArt ou arte independente, são obras originais criadas e lançadas pelos próprios artistas, de forma independente.

<sup>10</sup> Revistas Digitais: jornalismo e Linha do Tempo Histórica. Não possui ano pois é publicado em uma plataforma que permite contínua atualização

<sup>11</sup> Sigla para a expressão Compact Disc Read-Only Memory, que pode ser traduzido como Disco Compacto de Memória Apenas de Leitura

<sup>12</sup> Sigla para a expressão *Portable Document Format* que pode ser traduzida como Formato de Documento Portátil

<sup>13</sup> Revista dedicada a divulgação de eventos culturais das grandes metrópoles em que são feitas sua distribuição

<sup>14</sup> Revista Britânica especializada em notícias sobre celebridades

<sup>15</sup> Revista norte-americana dedicada a moda, beleza e *lifestyle*, voltada para o público feminino

<sup>16</sup> Revista norte-americana sobre moda, cultura e *lifestyle* voltada para o público masculino

<sup>17</sup> Plataforma de vídeo da Google

O processo de entrada para o ciberespaço das revistas de arte, se deu conectada às publicações independentes, tendo em vista que, as revistas de arte anteriores à era digital já tinham esse caráter. Segundo Glória Ferreira (2010), as revistas de arte pioneiras de modo geral foram criadas na primeira metade do século XX, feitas em sua grande parte por artistas que acabavam por reservar a elas um caráter de manifesto. Já nos anos 60 e 70, há uma valorização das publicações, tornando-se um “campo de experimentação poética com textos de artistas focalizando os problemas inerentes à própria produção e, ao mesmo tempo, espaço de inscrição de trabalhos” (Ferreira, 2010, p. 8). Ao mesmo passo, nos anos 80 são mais enfatizadas nessa área as publicações relacionadas a críticas de arte, o que não faz com que as publicações independentes sobre o tema deixem de existir. Nos anos 2000, observa-se o início das publicações de revistas *online* sobre arte que, em geral, eram organizadas por artistas e acadêmicos da área.

A partir de então, revistas de diversas temáticas entram paulatinamente no universo digital e no ciberespaço, o que faz com que, segundo Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010, p. 1), essas “se reconfigurem tanto na produção, na distribuição quanto no consumo”. Essas mudanças que as revistas têm sofrido, não tangem somente as tecnologias para seu feitiço e distribuição. A forma de se fazer o jornalismo também se encontra em mutação, adaptando-se, de acordo com Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010) ao formato mais interativo e instantâneo que o ciberespaço, e mais especificamente a *internet*, requerem.

Isto posto, com a entrada dos meios jornalísticos para o ciberespaço, surge o *web-jornalismo*, que começa a dar mais ênfase à interatividade devido às novas ferramentas e passa a ter um caráter praticamente de instantaneidade, já que a *web* permite atualizações a qualquer momento e que os jornais presentes nela não dependem de recursos físicos na mesma proporção que o jornalismo tradicional para a sua distribuição. Assim, conforme Ayres, Alves, Natansohn, Santana e Silva (2008), a relação entre as notícias e o público muda, não só pelo fato das tecnologias possibilitarem essa mudança no jornalismo, mas principalmente por ser um reflexo da cibercultura, que muda a relação dos indivíduos com a informação. Dessa forma, quando se trata de jornalismo noticioso, a atualização constante passa a ser uma variável de fidelização.

Esse caráter fidedigno, entretanto, segundo Ayres, Alves, Natansohn, Santana e Silva (2008), não vai de encontro ao *web-jornalismo* de revista, tendo em vista que o público ao qual esse é direcionado se difere do público que anseia o *update* constante, tendendo a ser um público com “menos pressa”, interessado em reportagens mais detalhadas e não tanto em textos de caráter noticioso. Logo, no *web-jornalismo* de revista,

---

<sup>18</sup> Uma das revistas pioneiras na temática da moda

“[...] a atualização permanente não parece ter o valor que tem no jornalismo noticioso. Não precisa estar ligado à noção de urgência e nem estar preso à periodicidade das revistas impressas, tendo a possibilidade de ‘inventar’ uma atualização periódica vinculada com suas expectativas e público leitor.” (Ayres, Alves, Natansohn, Santana & Silva, 2008, p. 7)

Dessa forma, o público que busca o jornalismo de revista se difere do que busca o jornalismo noticioso, inclusive no ciberespaço. Enquanto o primeiro é mais ligado ao apelo visual e à leitura de informações mais detalhadas sobre os assuntos que lhe interessa; o segundo está mais interessado em saber sobre acontecimentos e fatos de forma mais superficial, objetiva e rápida, buscando não o entretenimento como o primeiro, mas sim, a atualização sobre o que acontece.

O jornalismo das revistas *online* continua tendo algumas das mesmas bases do jornalismo de revista impressa, como a necessidade de segmentação do público e o forte apelo visual. No espaço cibernético, alguns dos aspectos característicos do jornalismo de revista acabam se intensificando, como o direcionamento para um público específico. Isso porque no ciberespaço estão presentes ferramentas que permitem que haja uma personalização de conteúdos a serem acessados, já que

“no ambiente digital, (a segmentação do público) se potencializa e diferencia, no momento em que, além do destinatário imaginado e desejado pelos produtores, formatado em seções e cadernos, o usuário tem a real possibilidade de selecionar aquilo que deseja consumir/ler, e formatar o veículo de acordo com suas preferências” (Ayres, Alves, Natansohn, Santana & Silva, 2008, p. 8).

O forte apelo visual das revistas tradicionais, também presente em publicações independentes variadas, se estende para os *websites* das *web*-revistas e mais recentemente para as versões *mobile* dessas, sendo um forte quesito para a fidelização de públicos. Entretanto, há questões de fidelização presentes na revistas *online* que são possíveis apenas no ciberespaço, como o uso da multimídia, da hipertextualidade e da *hiperlinkagem*. Além disso, a linguagem multimídia e o hipertexto também podem estar presentes na arte quando ela se encontra no espaço cibernético, sendo reflexo da cibercultura, e frequentemente pautando-se, como ela, na interação de diferentes artistas, conteúdo, estéticas, públicos etc.

A multimídia pode ser traduzida como a interação de diferentes formas de conteúdo em um só - o que acaba o tornando fluido e dinâmico - e é dividida, segundo Ramos (2005, p. 51), em dois tipos. O primeiro é chamado de multimídia não interativa ou

linear, em que um tema emenda em outro subsequentemente, tendo apenas a opção de retrocesso para o leitor. Já o segundo é chamado de multimídia interativa ou não-linear em que são apresentados conteúdos de diversos formatos de maneira não necessariamente sequencial. As revistas *online*, por terem o formato que tem, propiciam, segundo Ayres, Alves, Natansohn, Santana & Silva (2008, p. 6) “o ambiente ideal para o desenvolvimento de narrativas multimidiáticas, variadas e diversas, e para o desenvolvimento de uma arquitetura da informação mais complexa, que integre diferentes tipos de texto”.

Similar à lógica da multimídia é a hipertextualidade, que consiste no uso de diferentes tipos de textos dentro de um só, não estando presente apenas nos textos que circulam nos ambientes digitais. Entretanto, com o desenvolvimento do espaço cibernético, desenvolvem-se também possibilidades para a sua evolução, o que faz com que a linguagem do hipertexto se torne “o espaço discursivo capaz de elaborar diretrizes orientadoras para o processo de comunicação global ou contemporâneo, [...] essa linguagem articula tanto o mundo simbólico como a dinâmica complexa e plural do mundo contemporâneo” (Nojosa, 2007, p. 77), isso porque também está pautado, assim como a cibercultura, na interação - no caso específico da hipertextualidade, de diferentes tipos de textos - que têm a possibilidade de potencialização devido ao desenvolvimento e crescimento do ciberespaço.

Outro fator de interação entre conteúdos que contribui para a força das ciber-revistas são as hiperligações que permitem que dentro de um texto, haja o redirecionamento para *links* internos ou externos à própria revista, servindo como um elo de conexão e interatividade com os outros ambientes do ciberespaço e outras informações. Essas possibilidades de conexão entre plataformas refletem a cibercultura, sendo múltipla, em rede e dinâmica. Esses quesitos de interação entre conteúdos potencializam o alcance e o crescimento das revistas *online*.

Por ser um espaço não físico e que se encontra constantemente em criação e mutação, o ciberespaço desenvolve múltiplas “espacialidades” dentro de si. Espacialidades que podem ser aproveitadas pela arte. A plataforma de revista *online* é uma dessas, pois é um ambiente dentro do ciberespaço que propicia a interação entre conteúdos, mídias e textos o que potencializa o caráter experimental da arte. Portanto, as revistas podem servir como um espaço para democratização do acesso à arte, tanto para artistas quanto para um público, podendo servir como ferramenta para o fortalecimento da cena da arte independente se com caráter de livre editoração.

A *LusoBra Artes* se propõe então ser um veículo de comunicação auto-editando, feito e publicado de forma independente, utilizando como base alguns dos moldes das revistas *online*, buscando assim a divulgação de conteúdos relacionados à arte que não está presente no mercado formal e nem tem espaço para si em veículos de comunicação mais

amplos, oportunizando a difusão desta através da comunicação, potencializando-se no cenário de produção independente.

## 2.4 O meio digital e as possibilidades de conteúdo colaborativo

Como reiterado anteriormente, o ciberespaço propicia, através das ferramentas que disponibiliza novas formas de interação. Agora, há a possibilidade de livre acesso a diversos tipos de conteúdos sobre diferentes temáticas que estão nesse ambiente, e além disso, há a possibilidade de troca e interação entre os próprios indivíduos. Dessa forma, no espaço cibernético passam a existir as comunidades virtuais, termo que, segundo Recuero (2002, p. 5), é utilizado para denominar “os agrupamentos humanos que surgem no ciberespaço, através da comunicação mediada pelas redes de computadores”. Essas comunidades são pautadas nas possibilidades de troca de informações entre internautas e só existem devido ao potencial de interação que existe no ciberespaço. As comunidades virtuais também se estendem para o mundo da arte, tendo em vista que surgem grupos em redes sociais, *fóruns*, *blogs* entre outros formatos de comunidades cibernéticas, voltadas tanto para o compartilhamento de conteúdos relacionados a arte, quanto para discussões acerca da própria produção artística, o que contribui para a fomentação da cena da arte.

Nesse contexto então, é possível encontrar uma maior facilidade para que coletivos artísticos se comuniquem, o que pode acarretar no surgimento de mais coletivos desse tipo, já que, com a possibilidade da criação de comunidades virtuais crescem também as oportunidades de interação entre artistas. Esse fator oportuniza então uma união da comunidade artística, sobretudo no âmbito da arte independente, tendo em vista que dessa forma, o conceito de coletivos artísticos se fortalece e é mais difundido e há paulatinamente mais possibilidades de troca entre artistas, tendo em vista que, segundo Gonçalves (2010, p. 1) “os coletivos artísticos são grupos que trabalham no cruzamento entre ações de contestação e formas artísticas não convencionais [...] inspirados pelos movimentos das vanguardas do começo do século XX e também por movimentos ligados à contracultura”.

Um dos vieses dos coletivos artísticos é a difusão de obras e produções com o formato de conteúdo colaborativo que, em muitas das vezes veiculam na cena local em que estão inseridos, em formato de *zines*, colagens, *EPs*<sup>19</sup> entre outros tipos de materiais produzidos coletivamente a partir do trabalho artístico dos artistas envolvidos nos coletivos.

A *comunicação colaborativa*<sup>20</sup> pode vir em vários formatos distintos, sendo conceituada principalmente por teóricos da área do jornalismo, como *web-jornalismo*

---

<sup>19</sup> *EP* é o termo utilizado para denominar uma espécie de Álbum musical que tem a duração de até 30 minutos e é, em muitos exemplos produzido com baixo custo e de forma independente

<sup>20</sup> Termo criado por Barros, F. (2007) em seu artigo Produção e edição colaborativa na Internet: o caso Overmundo

colaborativo, em que o leitor pode simultaneamente ser uma fonte, surgindo, segundo Belochio (2009, p. 12) “a partir do momento em que a interação foi intensificada nos meios informativos existentes nas redes”, mas existem ainda outras conceituações para além desta, podendo a comunicação colaborativa ser encarada como qualquer tipo de comunicação que é construída coletivamente.

Esse formato de conteúdo proposto só é possível devido ao desenvolvimento da *web 2.0*, que propicia a criação de conteúdos nesses moldes devido às ferramentas de interação que possui em si a partir da disponibilização de meios que permitem aos seus usuários a difusão de conteúdos. Isso porque, “os princípios da *Web 2.0* motivam o público a participar da construção e da customização de serviços e mensagens, em vez de esperar que as empresas lhes apresentem experiências completas formadas em sua totalidade” (Jenkins, Green e Ford, 2014, p. 79). Esse quesito abre as portas para que haja, ainda mais, a construção de conteúdos colaborativos, e para que surjam veículos de comunicação pautados nessa forma de interação na qual não há limites muito definidos entre quem produz conteúdo e quem o consome. Dessa forma, o desenvolvimento da *web 2.0* acarreta numa ampliação de conteúdos presentes no ciberespaço, sendo essa, um dos agentes contribuintes para o formato interativo da cibercultura, tendo em vista que “as práticas colaborativas estão relacionadas com o momento atual vivido pela internet, onde as ferramentas de publicação de conteúdo estão amplamente difundidas e são relativamente fáceis de serem manipuladas.” (Barros, 2007, p. 3)

A proposta aqui apresentada não procura corresponder aos padrões jornalísticos, já que se pretende obter um projeto de natureza colaborativa. O projeto apresentado pretende construir-se a partir de um formato de conteúdo colaborativo mais aproximado aos conteúdos presentes nos materiais produzidos em grupo difundidos pelos coletivos artísticos, não utilizando o espectador apenas como fonte de textos de autoria da redação da *LusoBra Artes*, mas publicando também textos escritos pelos próprios artistas, tanto de caráter informativo, quanto com formato poético-literário.

### CAPÍTULO III | Metodologia

Esse capítulo é dedicado ao levantamento de informações necessárias para a elaboração do projeto de comunicação aqui desenvolvido, levando em consideração a hipótese de que artistas que possuem um trabalho fora do mercado - formal ou de massa – não possuem espaços midiáticos suficientes para alastrar sua produção artística, estando restritos as apenas as mídias autônomas como as redes sociais e as plataformas para a divulgação de portfólios. Questiona-se também se apenas esses espaços de mídia autônoma são suficientes para a divulgação de trabalhos artísticos independentes. Tendo isso em vista, foram realizadas duas formas de pesquisa para averiguar se revistas *online* voltadas à temática pode ser uma alternativa a essa lacuna na divulgação da arte independente. Sendo assim, são utilizadas aqui duas principais ferramentas de pesquisa: o *benchmarking* que consiste na observação de casos de sucessos, a fim de averiguar se existem formas para projetos como esse se manterem de forma *online*; e uma pesquisa de público potencial feita a partir da aplicação de um questionário filtro.

Dessa forma, o *benchmarking* foi utilizado para a análise e estudo das estratégias utilizadas por veículos semelhantes ao projeto desenvolvido, a fim de avaliar como a comunicação dessas é feita para a manutenção do relacionamento *online* com seus públicos. Para isso levantou-se as revistas que detém maior reconhecimento dentro da cena artística dos dois países, Portugal e Brasil, a fim de compreender o posicionamento desses veículos no que tange sua presença *online*, sendo essa principalmente através de seus sites e perfis nas redes sociais. Escolheu-se averiguar a presença *online* das revistas levantadas tendo-se em consideração que o projeto aqui apresentado pretende ter um posicionamento forte enquanto um veículo de comunicação *online*. Além disso, também foi realizada uma pesquisa de mercado junto ao público potencial a fim de entender como esse se comporta no que tange conteúdos *online*, sobretudo no formato de revista. Ademais, foram averiguadas também o comportamento desse público em relação a temática da arte.

Sendo assim, o que se pretendeu foi levantamento de informações necessárias para a obtenção de conhecimento sobre o mercado e o cenário cujo projeto é inserido, a fim de elaborar estratégias de comunicação para corroborar com seu sucesso. Para isso, investiu-se na observação de cases de sucesso e na pesquisa junto ao público potencial. Através disso é possível então reconhecer e elaborar as melhores estratégias no que tange a comunicação e a interação com os públicos potenciais.

### 3.1 Estudo da concorrência: benchmarking

O *Benchmarking*, termo em inglês que pode ser traduzido como ponto de referência, é uma estratégia de *marketing* que consiste em uma comparação entre determinadas organizações baseada no levantamento de dados e pesquisa sobre essas a fim de melhorar alguns aspectos de uma delas. Essa estratégia consiste em levantar dados sobre as empresas concorrentes que são referências na área de atuação da organização e investigar minuciosamente fatores nessas empresas que servem como casos de sucesso, a fim de melhorar ou desenvolvimento desses fatores na organização que está a aplicar a estratégia. Dessa forma, segundo a Endeavor Brasil<sup>21</sup> (2015), *Benchmarking* significa “mirar permanentemente o ‘estado de arte’ na gestão, buscando as melhores práticas do mercado e ganhando sempre maior poder competitivo”.

Entretanto, o *Benchmarking* não consiste na cópia de estratégias utilizadas por outras empresas, mas sim em um levantamento das melhores práticas empresariais a fim de perceber o motivo do sucesso dessas e adaptar essas estratégias ao contexto da companhia que faz essa investigação. Dessa forma, para Kotler (2000, p. 249), o *Benchmarking* consiste na identificação das melhores práticas empresariais aplicadas pela concorrência de uma determinada corporação a fim de incorporar essas práticas à vivência empresarial ou ao mercado dessa, adaptando-as ao seu contexto. Segundo o autor, o processo de *Benchmarking* deve ser desenvolvido em sete etapas, sendo elas:

“(1) a determinação das funções às quais aplicar o *benchmarking*; (2) a identificação das variações chave de desempenho a serem avaliados; (3) a identificação das melhores empresas nos quesitos avaliados; (4) a avaliação do desempenho das melhores empresas nos quesitos avaliados; (5) a avaliação do desempenho da empresa; (6) a especificação de programas e ações para acabar com as defasagens; e (7) a implementação e o monitoramento dos resultados.” (Kotler, 2000, p. 249)

Além disso, o autor também enfatiza que o processo de análise das estratégias dos concorrentes deve ser contínuo, sendo a atualização constante e a colocação dessas a nível de concorrência um dos fins da organização.

Segundo a Endeavor Brasil (2015), outro fator importante para a criação de um *Benchmarking* é a análise interna, que deve ser feita antes de qualquer passo, a fim de melhor compreensão sobre os aspectos em que a organização deve melhorar. O *Benchmarking* pode ser aplicado em diversas esferas, seja a nível interno, buscando assim pela comparação entre estratégias adotadas dentro da própria organização, seja em filiais

---

<sup>21</sup> Endeavor é uma organização global sem fins lucrativos dedicada à impulsionar pequenos empreendimentos de alto impacto

ou setores diferentes; à nível competitivo, focando nas práticas da concorrência a nível funcional, em que são comparados o processo de trabalho entre as organizações, mesmo que de segmentos diferentes e a nível de cooperação, em que duas organizações têm uma parceria, trocando informações.

O *Benchmarking* aqui apresentado visa a análise de como é feita a comunicação *online* de duas revistas destinadas a artes visuais, a fim de observar como é feita a comunicação dessas por esses meios, o que serve como comparação de estratégias para a elaboração de um plano de comunicação da *LusoBra Artes*. Optou-se por fazer o levantamento de dados sobre duas revistas distintas com a temática tangente às artes, sendo uma brasileira - a "*DasArtes*", sediada em São Paulo - e uma portuguesa - a "*Umbigo Magazine*", sediada em Lisboa. Foram escolhidos esses dois veículos de comunicação devido ao reconhecimento que possuem, tanto junto ao público geral como entre os indivíduos que circundam o meio artístico.

A análise foi feita nos meses de Dezembro de 2018 e Janeiro de 2019, para que fosse possível observar o panorama desse nicho nos dois países, verificando como e com que frequência se dá a interação *online* dessas nesse segmento, tendo em vista que esse tipo de interação é um dos fatores que fomenta a comunicação e possibilita a ampliação do público. Para isso, foram levantadas quais redes sociais esses veículos mais utilizam, sendo essas *Facebook* e *Instagram*, além de se observar a estrutura e a possibilidade de interação entre público e a revista através do *site*. Para mensurar a interação no *site*, foram levados em consideração os fatores que caracterizam uma possibilidade de interação entre o *site* e o usuário, como espaço para comentários nas matérias, a disponibilização de *email* ou formulário de contato, bem como se há ou não hiperligação para as redes sociais das revistas e a frequência de publicação.

Para a análise do *Facebook* foram levantados quais dados são compartilhados na rede sobre as revistas, levando em conta as possibilidades que essa ferramenta proporciona. Também foram postas em consideração a frequência de postagem, assim como a utilização de texto e de diversas mídias nesse, como fotografia, *GIF* ou vídeo. Já para a análise do *Instagram* foram levantados os seguidores, a quantidade de postagens, a taxa de engajamento nas publicações no período de 11 de Dezembro de 2018 à 8 de Janeiro de 2019 e a média de gostos e comentários por publicação.

### 3.1.1 Site

O *site* de uma organização serve como a colocação da organização no ciberespaço. É através dele que o público é oficialmente apresentado a ela. As organizações aqui apresentadas são revistas voltadas para as artes visuais, que também são distribuídas via *online*, o que faz com que seus *sites* sejam imprescindíveis à sua realização. Por serem revistas, já possuem forte apelo estético, tendo em vista que segundo Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010), esse tipo de veículo de comunicação utiliza-se da estética para fidelizar seus leitores pertencentes a públicos segmentados. Além disso, a aparência do site também é essencial devido a temática que as revistas abrangem.

O site da "*DasArtes*" possui as suas matérias separadas nas categorias "Capa", "Destaque", "Do mundo", "Reflexo", "Garimpo", "Resenhas", "Agenda", "Livros", "De A a Z", "Notícias", "Aberturas", e "Guia das Artes". Essas matérias são, em sua maioria, as mesmas presentes na versão impressa da revista, que quando publicadas no *site* se adaptam ao formato interativo que a plataforma propicia. Não obstante que hajam publicações no *site* que não são presentes na revista física, como os conteúdos dispostos em "Agenda", "Notícias" e "Aberturas". Ao entrar no *website*, a primeira coisa com que o público se depara, é o redirecionamento para o *PDF* da revista impressa, que possui distribuição gratuita através da plataforma. Na sua estrutura, há um espaço de formulário, em que o usuário pode entrar em contato com a redação da revista, entretanto não disponibiliza espaço para comentários. Além disso, no site é disponibilizado *hiperlink* apenas com a rede social *Instagram* da revista.

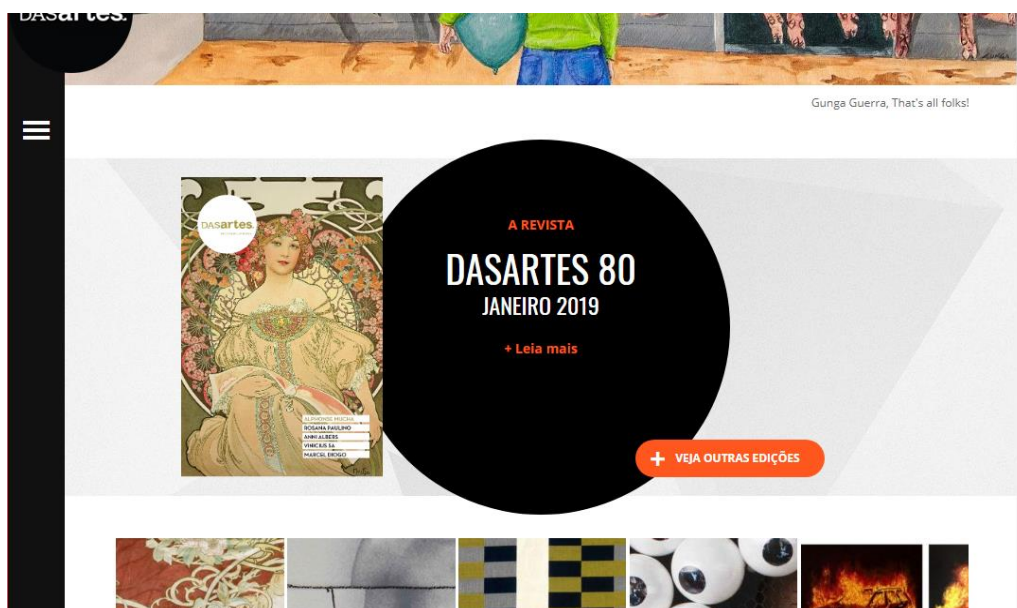


Imagem 6 - Printscreen da página inicial do site da "*DasArtes*" - Janeiro de 2019

Já o *site* da "*Umbigo Magazine*" possui suas matérias separadas pelos editoriais "Arte & Cultura", "Moda & Beleza", "Boa Vida", "*Living In*", "*Art Clip*", "Cabeça e Cartaz",

entretanto, ao entrar no *website*, não são os editoriais que são imediatamente observados e sim as categorias das matérias, sendo essas “Arquitetura”, “Arte”, “Beleza”, “Cinema”, “*Design*”, “Fotografia”, “Joalheria”, “Literatura”, “Moda”, “Música”, “Palcos” e “Vídeo”. Através do *site* é possível realizar a compra da revista, seja da versão física como do *PDF* dessa. As matérias publicadas no *website* e na revista na sua versão *PDF* são diferentes, sendo o *site* atualizado diariamente enquanto a revista tem sua tiragem trimestral. O *website* possui duas opções de linguagem, podendo ser modificado de português para inglês, o que condiz com o fato da “*Umbigo Mag*” ser um veículo de comunicação bilíngue. Na estrutura do *site*, há um espaço dedicado a submissão por parte dos leitores a *newsletter*, que é uma espécie de comunicado periódico contendo informações sobre as temáticas pertinentes à organização e aos conteúdos que essa produz, diferentemente da forma de contato que é disponibilizada no site da “*DasArtes*”, onde o leitor pode de fato enviar mensagens a revista. Há também a disponibilização de *hiperlinks* para as redes sociais da revista, sendo essas *Facebook*, *Instagram* e *YouTube* e não é disponibilizado espaço para comentários nas matérias.

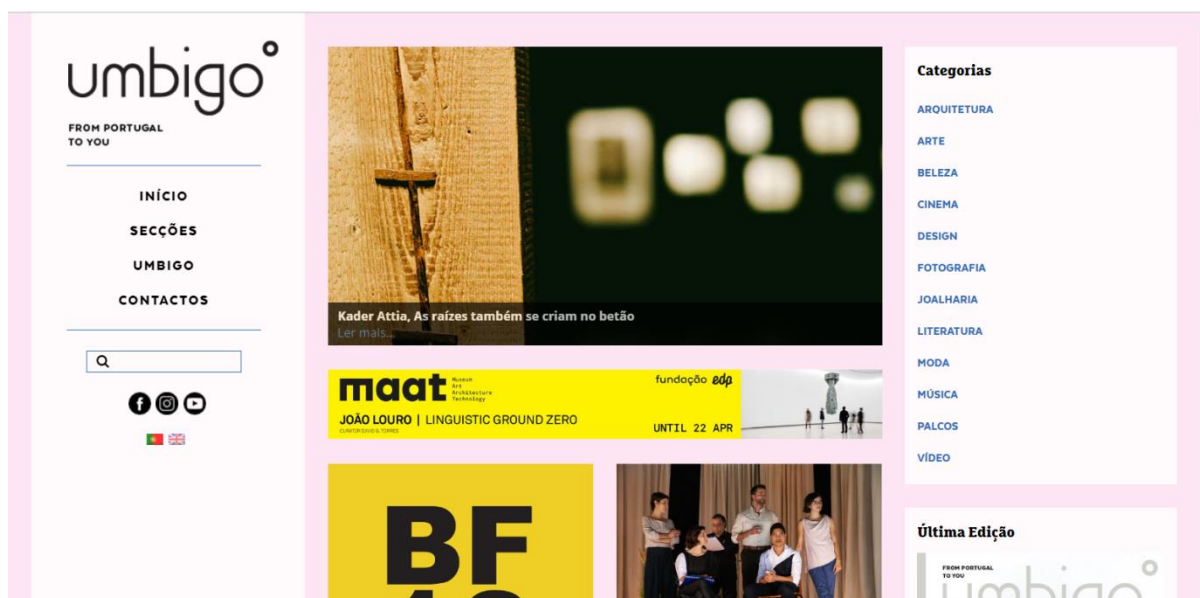


Imagem 7 - Printscreen da página inicial do site da “*Umbigo*”

Sendo assim, ambos os sites possibilitam alguma forma de contato entre seus leitores e a revista, embora na “*DasArtes*” essa interação tenha mais possibilidades. Cada uma das revistas *online* apresentam esteticamente o design que faz mais sentido para si. O site da *DasArtes* é fluido e possui vários tipos de movimentação de elementos, já o site da “*Umbigo Mag*” é mais estático, o que lhe proporciona um maior aspecto de site com disposição de conteúdos jornalísticos.

### 3.1.2 Redes sociais

Devido aos avanços tecnológicos e ao uso cada vez mais constante da internet no cotidiano, comunica-se, informa-se e interage-se diferente de como era feito há anos atrás. O uso das mídias digitais torna-se majoritário e as redes sociais passam a ser fortes ferramentas no que tange a interação humana. Esse crescimento do uso de aparatos tecnológicos nas formas de interação, segundo Wulfhorst (2004, p. 82), mudam “os fazeres, a noção tradicional de tempo e espaço, o modo de pensar e as relações”, mudando também a forma com que os indivíduos da sociedade entram em contato com outros indivíduos e com organizações. Levando isso em consideração, outro ponto analisado foram as publicações nas redes sociais, que por serem parte da evolução da internet, têm modificado as formas da comunicação, tanto no âmbito intrapessoal quanto nas relações entre as organizações e os indivíduos. As redes sociais são plataformas de comunicação cada vez mais abrangentes e atualmente, o que não está nelas, tende a ser esquecido.

Por esse motivo, a presença das organizações e veículos de comunicação nessas são como uma forma de adaptação a este fenômeno social, sendo utilizado como forma de realizar a manutenção da reputação *online* das organizações através dos processos de interação que essas possibilitam, além de servir também como monitoramento desses.

Sendo assim, as redes sociais podem servir como uma ferramenta para ampliar a interação, sobretudo para os veículos de comunicação no formato de *web*-revistas. Ampliando a interação, amplia-se o alcance de indivíduos com potencial de pertencimento a esse público. Sendo assim, a utilização das redes sociais por parte das organizações, aumenta seu capital social, o que contribui também para a formação de sua reputação *online*, influenciando dessa forma, segundo Zago (2008, p. 3), “não só na construção da reputação em relações *online* como também na difusão de informações e no estabelecimento e manutenção de laços sociais na *Internet*” (apud Paniz e Seligman, 2012, p. 4). Dessa forma, quando os veículos circulam no ciberespaço, abrem-se possibilidades de interação entre esses e os usuários que não seriam possíveis nas mídias tradicionais. As redes sociais, surgem nesse contexto como uma dessas possibilidades de interação, podendo inclusive funcionar como uma extensão do próprio veículo. Para analisar as interações presentes nas redes sociais, observou-se em quais delas as duas revistas estão presentes e quais possuíam maior expressividade e optou-se então por analisar a presença *online* das revistas no *Facebook* e no *Instagram*.

Para analisar a interação no *Facebook*, levantou-se, na tabela abaixo, dada as informações sobre a revista que são disponibilizadas nessa rede, bem como foram considerados alguns aspectos de suas publicações e outras possibilidades de interação, como a interação entre páginas através dos gostos na página no período de Dezembro de

2018 à Janeiro de 2019, se há a disponibilização de acesso ao *chat* da página e a quantidade de pessoas falando sobre (PFS), taxa que é disponibilizada pela própria plataforma *Facebook* e com a qual foi possível calcular a taxa de engajamento, sendo essa feita a partir da PFS dividida pela quantidade total de gostos na página.

	<b>Facebook</b>	<b>"DasArtes"</b>	<b>"Umbigo"</b>
<b>Sobre</b>	Descrição	não	sim
	Telefone para contato	não	sim
	Email	não	sim
	Hiperlink site	sim	sim
	Localização	Não	Sim
	Taxa de aproveitamento dos potenciais de comunicação sobre a organização	20%	100%
<b>Publicações</b>	Média de postagens por dia	0,4	0,5
	Taxa de publicações com fotos	92%	6%
	Porcentagem de caracteres nas publicações (texto/links)	8%	88%
	Taxa de publicações com vídeos	0%	6%
	Vídeos nativos na plataforma do <i>Facebook</i>	0	0
	Gostos da página em outras páginas	200	145
	Espaço para mensagem	Sim	Sim
	Gostos na <i>fanpage</i>	23.966	41.170
	Pessoas falando sobre	12.041	309
	Taxa de Engajamento (pfs/gostos)	50%	1%

Tabela 2 - Análise de fatores de interatividade no perfil do Facebook das revistas "*DasArtes*" e "*Umbigo Mag*" / Arquivo Pessoal

É possível observar que a frequência de postagens feitas pelas duas revistas são similares, entretanto, a "*DasArtes*" investe mais na publicação de imagens, possuindo 92% das suas publicações utilizando esse recurso, enquanto que a "*Umbigo*" se foca na postagens de *links* para o *site*. Esse fator influencia na interação entre as *fanpages* das

revistas e seus públicos, tendo em vista que, por mais que a “*Umbigo*” tenha mais gostos na sua página (41.170) a quantidade de pessoas falando sobre ela é quase menor que um quarto da quantidade de pessoas falando sobre a página da revista “*DasArtes*”. Sendo assim, apesar de ter menos seguidores na rede social, a “*DasArtes*” possui uma taxa de engajamento maior, já que 50% dos seus seguidores têm algum tipo de interação com essa, enquanto que a “*Umbigo*” possui uma taxa de apenas 1%. Entretanto, quando é pautada a questão de informações sobre a organização é possível observar que a “*Umbigo*” utiliza 100% as possibilidades de disponibilização dessa que a rede propicia, em contrapartida a “*DasArtes*”, que tem o aproveitamento de apenas 20%.

Para fazer a análise do *Instagram* levou-se em consideração a quantidade de seguidores e o engajamento de 20 publicações do mês de Janeiro de 2019 baseado nas suas quantidades de gostos e comentários, bem como a média de gostos e de comentários por publicação. Os dados estão dispostos na tabela abaixo:

	" <i>DasArtes</i> "	" <i>Umbigo</i> "
Seguidores	62.157	8.239
Total de Postagens	4.517	2.576
Taxa de Engajamento nas 20 publicações de janeiro de 2019	1,12%	1%
Média de gostos por publicação	684,62	80,8
Média de comentários por Publicação	9,84	1,32

Tabela 3 - Análise de fatores de interatividade no perfil do Instagram das revistas “*DasArtes*” e “*Umbigo Mag*” / Arquivo Pessoal

Diferentemente do que ocorreu na rede social *Facebook*, no *Instagram*, a “*DasArtes*” possui um número maior de seguidores, embora nessa rede social o engajamento por parte do público nas últimas publicações seja bastante similar entre as revistas, tendo a “*Umbigo*”, 1% e a “*DasArtes*”, 1,12% de interatividade através desses. A quantidade de gostos e comentários no perfil da “*DasArtes*” é maior devido a maior quantidade de seguidores que essa possui.

### 3.2 Estudo do público potencial

Para entender como funcionaria o público desse veículo de comunicação, tomou-se em conta que, por levar os moldes de revista, seu público leitor se comportaria como o público desse tipo de veículo em formato digital. Segundo Pierre Lévy, em sua obra *Cibercultura* (2000), o público presente no ciberespaço, e principalmente na internet, pode ser dividido em dois grandes grupos: os que buscam informações específicas sobre determinado assunto e os que apenas vagueiam superficialmente, sendo facilmente distraídos por outros conteúdos. Quando se trata de público das revistas *online*, esse tende a ser mais pró-ativo em relação a procura de conteúdos de seu interesse. Dessa forma, conforme a bibliografia de Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010)

“O leitor de revista é um nômade, difícil de domesticar. Se o jornal *online* fideliza leitores através da rapidez, a revista o faz nos interstícios das presas do cotidiano, através do lazer e do prazer estético, da diversão ou do entretenimento, assegurado por uma periodicidade maior. Se o jornal é eficiente na superficialidade dos fatos, as revistas oferecem análise, opinião e, por cima de tudo, beleza. E em se tratando da *web*, a fidelização se vê desafiada pelo constante apelo a percorrer os caminhos da hipertextualidade”. (Barros, Cunha, Natansohn e Silva, 2010, p. 2)

Levando isso em consideração, é possível afirmar que o jornalismo de revista em essência é segmentado, tendo em vista que esse busca atingir um público específico e fidelizá-lo. Por esse motivo, quando se pensa em fazer um veículo de comunicação nos moldes de uma revista, é importante definir um nicho de público e conhecê-lo bem. Quando se fala em revistas *online*, essa segmentação se dá não apenas pela temática, como também pelas formas de acesso a essas, tendo em vista que muito raramente as pessoas entram espontaneamente direto em um *link*, passando frequentemente pelo filtro das redes sociais.

Sendo assim, para mapear o cenário desse projeto, um veículo de comunicação que leva alguns dos formatos presentes nas revistas *online*, realizou-se uma pesquisa de público tendo como finalidade a averiguação da possibilidade de sua criação. Escolheu-se então como ferramenta, a elaboração e aplicação de um questionário filtro, tendo em vista que segundo Gil (2008)

“A aplicação do questionário filtro tem sua importância justificada à medida que: possibilita atingir um grande número e pessoas, independente de sua localização; assegura anonimato dos participantes; não expõe os pesquisados à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado. Construir um questionário consiste basicamente em traduzir os objetivos da pesquisa em questões

específicas. As respostas irão proporcionar dados ao pesquisador para descrever as características da população pesquisada.”

Sendo assim, o questionário foi aplicado de forma *online* por principalmente dois motivos. Um deles é que essa foi considerada a forma mais eficaz de ter uma ampla coleta de dados nos dois países estudados, Brasil e Portugal, por não depender de barreiras físicas para sua divulgação. O outro é que essa pesquisa é referente, sobretudo às revistas *online*, um meio de comunicação formatado para o ciberespaço, então fazer o questionário de forma *online* é também uma maneira de filtrar os entrevistados, sendo esses, pessoas que acessam plataformas pertencentes ao espaço da tecnologia em rede. É possível ver o questionário no anexo 1. Optou-se realizar o questionário por encarar essa como uma das formas mais práticas de entrar em contato com o público potencial, além de considerar-se que, segundo Drumond e Polignano (2001, p. 1), juntamente com outras ferramentas de pesquisa de mercado, esse tipo de investigação pode “auxiliar a tarefa de desenvolver produtos, servindo como mecanismo de captação das necessidades dos clientes, monitoramento de seus hábitos e atitudes e de avaliação de conceitos, protótipos e produtos”.

Tendo isso em consideração e com a finalidade de obter uma amostragem de dados significativa, iniciou-se o processo de divulgação do questionário em duas principais vias. A primeira, através dos *emails* do banco de dados acadêmicos do Instituto Politécnico de Portalegre, para que estudantes fossem parte da amostragem, tendo em vista a necessidade de descobrir se esse público seria um público potencial. E a segunda que foi feita através do investimento na divulgação através da plataforma *Facebook*, por essa ter a ferramenta de criação de comunidades virtuais nos chamados “grupos” e por ser uma rede social amplamente utilizada nos dois países em questão. O questionário foi então publicado em grupos de estudantes universitários a fim de averiguar se esses seriam potenciais leitores. Além disso, procurou-se divulgar o questionário em grupos relacionados com temáticas ligadas à arte, já que nesses se concentram pessoas com interesse pelo assunto principal do meio de comunicação elaborado. As perguntas foram publicadas tanto em grupos brasileiros quanto portugueses para a obtenção de resultados equivalentes em quantidade entre públicos oriundos do Brasil e de Portugal.

Para delimitar o nicho a ser atingido pelo veículo de comunicação aqui proposto, o questionário tem três grandes objetivos. São esses traçar o perfil de um público presente nesses dois países, a especulação do comportamento desse público em relação a revistas *online* e a elaboração de uma base para as estratégias de comunicação a serem usadas. Tendo isso em vista, inicialmente foram realizadas nesse, perguntas relacionadas ao perfil dos entrevistados, sendo essas sobre região, áreas de atuação e idade. Então, afinou-se

subsequentemente para a relação desse público com revistas *online* e posteriormente para a relação com a arte e com a arte independente. Finalizou-se então o questionário com perguntas sobre a interação dos entrevistados no ciberespaço. Ao total, foram obtidas 487 respostas das quais 215 são de residentes de Portugal e 265 de residentes do Brasil, havendo apenas 4 respostas de entrevistados de outras localidades.

O primeiro bloco de perguntas do questionário é destinado a fazer uma sondagem de como seria o público da revista *online* voltada para arte independente nesses dois países. Para iniciar essa sondagem, perguntou-se sobre a faixa etária dos entrevistados. Foi possível observar que a maioria das pessoas que responderam ao questionário está na faixa etária de 19 a 24 anos (58,9%), sendo seguida pela faixa etária dos 25 aos 30 (14,5%). Dentre as áreas de atuação mais eminentes estão a engenharia, a comunicação, o design, a fotografia, as artes visuais, a saúde, a administração, a arquitetura e o audiovisual - há também outras áreas de atuação que não possuem entrevistados em números expressivos como moda, turismo, serviços sociais, gastronomia, química, gestão, comércio exterior, matemática, artes cênicas, entre outras. Também se observou que a maioria das respostas (73,9%) é proveniente de pessoas que se consideram criativas. Essas informações trazem a possível conclusão de que o público a ser atingido é um público jovem e ligado à criatividade de alguma forma.

Subsequentemente, iniciou-se o segundo bloco de perguntas que é direcionado ao entendimento de como os entrevistados se comportam em relação a *web*-revistas. Ao perguntar se os entrevistados acessam constantemente a alguma revista *online*, foi possível observar que a metade (50,5%) desses não acompanha uma revista em especial, acedendo apenas a matérias específicas de diferentes revistas. A partir dessa pergunta, o segundo bloco do questionário foi subdividido em três partes, uma condizente a cada uma das três respostas - sendo essas "Sim", "Não" e "Não, mas leio algumas matérias às vezes".

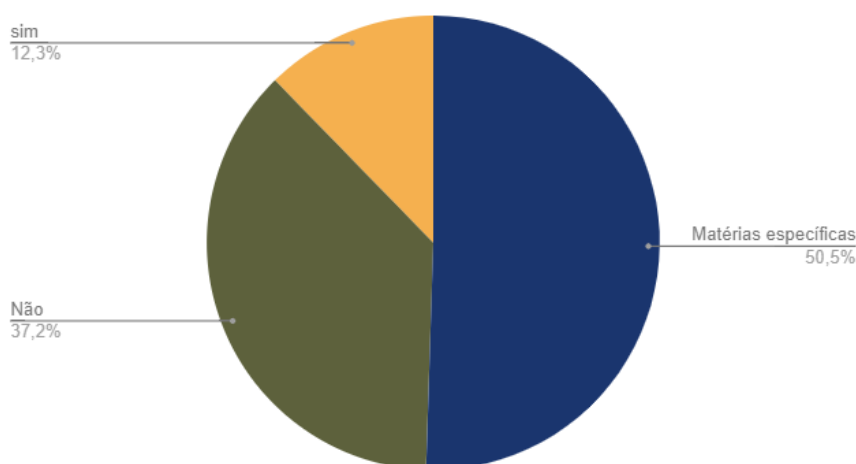


Gráfico 1 - Índice de acesso frequente à revistas Online dos entrevistados

No bloco de perguntas destinado aos 243 entrevistados que lêem matérias específicas ocasionalmente, iniciou-se perguntando de que forma essas pessoas costumam acessar as matérias que lêem. Foi possível observar então que a maioria (74,5%) dos acessos a esses artigos são provenientes de postagens nas redes sociais, sendo seguidas pelas pesquisas em sites de buscas como o *Google* (47,7%), seguidamente por acessos direto ao link das revistas (37,9%), e pela leitura de *newsletters* entregues via *email* (16%). Nessa pergunta, era possível que o entrevistado escolhesse mais de uma opção. Subsequentemente, perguntou-se quais as revistas que esse público costumava ler quando acede à artigos pontuais, em que foram citadas as revistas “*The New Yorker*”, “*Galileu*”, “*Veja*”, “*Carta Capital*”, “*Istoé*”, “*Vogue*”, “*Superinteressante*”, entre outras revistas comerciais e acadêmicas.

Paralelamente, para os 60 entrevistados que responderam sim, o sub-bloco subsequente inicia-se com o questionamento sobre qual é a área da(s) revista(s) que são acompanhadas, estando em primeiro lugar, as revistas *online* direcionada a arte com 45,8%, sendo seguidas posteriormente por as que têm por tema a tecnologia com 42,4%, moda (30,5%), design (27,1%) e empreendedorismo (22%). Ainda aparecem as temáticas política, cultura, esportes, atualidades, engenharia, educação, saúde, entretenimento, música, espiritualidade, viagens, história e fotografia que não tiveram contagens em números expressivos. Nessa pergunta os entrevistados poderiam escolher mais de uma temática, além de terem a possibilidade de criarem respostas que não estavam presentes nas opções. Ao ser perguntado sobre quais revistas são acompanhadas, aparecem a “*DasArtes*”, a “*Zupi*”, a “*IdeiaFixa*”, a “*Carta Capital*”, a “*Vogue*”, a “*Elle*”, a “*The Economist*”, a “*ABC Design*”, a “*Rolling Stones*”, entre outras. Questionou-se a esse público ainda, quais elementos esse acha importante nas *web*-revistas que acompanham, na qual aparece expressivamente a necessidade de uma boa estética, boas imagens, além de informações relevantes/interessantes, facilidade de acesso, boa interface - tanto para computador quanto para telefone móvel - e a possibilidade de interatividade entre o leitor e o conteúdo.

Simultaneamente, dos 181 entrevistados que responderam não acompanhar nenhuma revista *online*, 43,1% afirma não acompanhar por não conhecer nenhuma, dado que é seguido pela falta de interesse nas revistas que conhece (32,6%), pela afirmação da falta de tempo (22,1%), pelo desinteresse na leitura de conteúdos em plataformas digitais (1,7%) e por último pelo desinteresse por revistas num geral (0,6%). Ao serem questionados sobre a possibilidade da disponibilização de forma gratuita de conteúdos em formato de revista *online*, 61,3% dos entrevistados afirmaram que acederiam essa continuamente se a temática fosse do seu interesse, 32,6% afirmaram que talvez acompanhariam e 6,1% afirmaram que não acenderiam a esses conteúdos mesmo tendo distribuição gratuita.

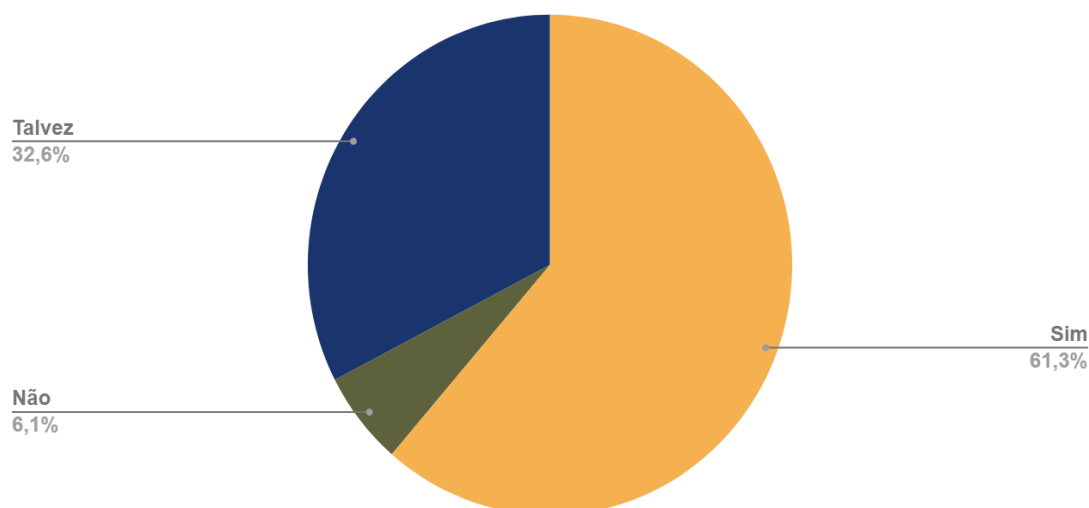


Gráfico 2 - Índice de potencial acesso a revistas online se temática relevante aos entrevistados que não acedem regularmente a esse tipo de veículo de comunicação

O último bloco de perguntas foi destinado a todos os entrevistados, direcionando o questionário à temática da arte. Nessa parte, 93,8% dos entrevistados afirmaram que têm interesse pelas artes em geral. Ao questionar quais artes mais despertam interesse, destacaram-se a música com 74,8% dos votos, a fotografia com 69,3% e o cinema com 67,2%. Além disso, aparecem também a pintura (43,9%), a dança (40%), a literatura (34,6), a ilustração (33,8%), o teatro (33%), a arte digital (29,7%), a moda (29,5%), a arte urbana (26,4%), a escultura (19,6%) e a performance (12,6%). Aparecem também em números menos expressivos a instalação, as histórias em quadrinhos/bandas desenhadas, o artesanato, o bordado, as artes culinárias e as artes experimentais.

Ao serem questionados sobre a importância da divulgação de artistas independentes locais, 96,5% dos entrevistados afirmaram considerar algo importante. Já quando questionados sobre os meios de divulgação para esses na sua região, 83,1% dos entrevistados afirmaram que não há meios suficientes para tal. Questionou-se então se os entrevistados acreditam que um veículo de comunicação nos moldes de uma revista *online* dedicada à arte independente pode contribuir para a cena artística local de sua região, o qual 62,1% dos entrevistados afirmam que sim, essa pode ser uma boa alternativa e 35,4% afirmam que talvez seja uma boa solução para a questão contra apenas 2,5% dos entrevistados que não acreditam ser uma boa alternativa.

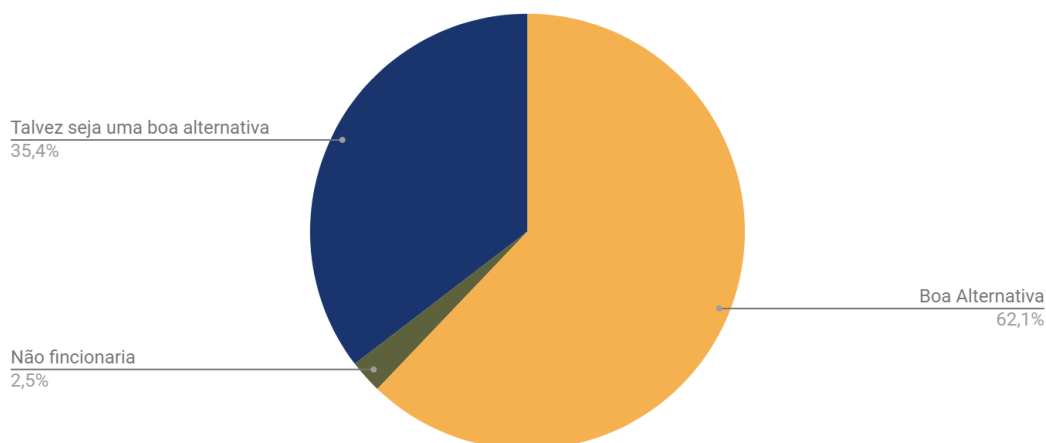


Gráfico 3 - Índice de entrevistados que consideram a criação de um veículo independente de comunicação uma boa forma de fomentar a cena da arte independente na sua região

Para finalizar o questionário, perguntaram-se quais eram os canais de comunicação *online* mais utilizados pelos entrevistados, no qual as redes sociais *Facebook* e *Instagram* tiveram resultados mais expressivos, com 82,7% e 82,1% respectivamente. Além disso, aparecem também as plataformas *Pinterest*, *YouTube*, *Whatsapp*, *Email*, *Behance*, *Snapchat*, *Linkedin*, *Reddit*, *Bloguer*, *Tik Tok* e *Letterboxd*.

Dessa forma, segundo a pesquisa realizada, um veículo de comunicação com os moldes de uma *web*-revista pode ser uma boa alternativa para o fortalecimento da cena da arte independente aos olhos do público, tendo em vista a possibilidade da criação de conteúdos diversos e em diversas formas, sendo segundo Ayres, Alves, Natansohn, Santana & Silva (2008, p. 6) “o ambiente ideal para o desenvolvimento de narrativas multimidiáticas” que possibilitam a exposição do caráter de experimentação que é fortemente presente no que tange a produção artística.

Além disso, há cenário para a elaboração de um veículo de comunicação dedicado à divulgação de arte independente dos países Brasil e Portugal, tendo em vista que a maioria dos entrevistados acredita que esse tipo de plataforma é uma boa alternativa para o fortalecimento dessa cena artística nas suas respectivas localidades. Também é possível considerar o público ao qual a *LusoBra Artes* deve ser direcionada como um público jovem e não necessariamente conectado ao mundo das artes, mas sim à criatividade de um forma geral. Para ter uma comunicação efetiva, ao elaborar o veículo é necessário um investimento nas publicações nas redes sociais tendo como princípio o redirecionamento dessas para o site, tendo em vista que a maioria dos entrevistados não acompanha diretamente revistas *online*, apenas artigos específicos aos quais tem acesso em sua maioria através de redes sociais ou pesquisas em sites de busca.

## CAPÍTULO IV | A LUSOBRA ARTES

### 4.1 A Definição do Nome

O processo de *naming*<sup>22</sup> do veículo de comunicação se iniciou logo após a definição do que seria o projeto. Por se tratar de um meio de comunicação voltado para a arte de Portugal e do Brasil, começou-se a relacionar elementos culturais, textuais e fonéticos que contemplassem esses dois países. Esse processo foi um dos primeiros a serem realizados na parte prática porque tendo o nome estabelecido, o projeto iniciaria a tomar forma, já que é a partir dele que se desenvolve a linguagem visual utilizada. Esse fator é um dos elementos essenciais na construção desse veículo tão ligado as poéticas visuais, tanto pelo fato de seguir os moldes de revista, quanto pela sua temática, que é a arte. Tendo isso em mente, buscaram-se referências de termos que remetessem a essa “dupla nacionalidade”, e que possuísem um apelo interessante quanto a visualidade. Foi pensando nisso que começaram a surgir nomes como “*Bratuga*” e “*BrPt*”, no entanto, não foram considerados nomes sonoros ou apelativos o suficiente.

Então, inspirando-se no nome dado a arquitetura feita no Brasil durante o período colonial, a arquitetura Luso-Brasileira, nomeou-se inicialmente a revista como *Luso-Brasileira Arts*, nome que foi a matriz para o desenvolvimento que o projeto tem atualmente. O primeiro fator que mudou foi o termo *Arts*, já que, por se tratar de um veículo que contempla dois países de língua lusófona não teria sentido manter um termo em inglês. Posteriormente, considerou-se o nome “*Luso-Brasileira*” não muito prático, pois a palavra brasileira era demasiada grande perto do termo luso o que fazia com que esses dois elementos tivessem pesos diferentes na formação do logotipo e era desejável que, visualmente, as referências aos dois países tivesse o mesmo impacto. Durante esse processo, considerou-se mudar o nome da revista para “*LB Artes*”, “*LuBa Artes*” e “*Baso Artes*”, entretanto, nenhum desses nomes possuía força ou apelo o suficiente. Decidiu-se então voltar para o ponto inicial e apenas adaptá-lo, ficando então o veículo de comunicação batizado de *LusoBra Artes*.

---

<sup>22</sup> Nomeação. Termo utilizado na comunicação para denominar o processo de achar o nome adequado para algo.

## 4.2 A Identidade Visual

Para elaborar o símbolo usado na identidade visual da revista levou-se em conta a necessidade de dispor elementos que remetessem ao Brasil, à Portugal e à Arte. Tendo isso em vista, foi realizado um *brainstorming* em que foram levantados itens que se relacionassem com esses três tópicos. Dentre a infinidade de elementos levantados, foram escolhidos a tropicalidade para representar o Brasil e os azulejos ornamentados típicos da cultura portuguesa para representar Portugal e a arte. A partir de então começou a pesquisa visual por elementos gráficos que se relacionassem com a tropicalidade e os azulejos ornamentados. Foi decidido então utilizar os vetores de uma folha de palmeira para representar o Brasil e vetores que aludissem aos ornamentos dos azulejos portugueses. Além disso, para complementar o símbolo visualmente foi escolhido utilizar um quadrado com o espaço de um círculo dentro, não só por serem formas geométricas que remetem a bandeira do Brasil, mas também para que o logotipo ficasse visualmente apelativo, tanto na sua versão em cores quanto monocromática.



Imagem 8 - Elementos utilizados para a construção do Logotipo / Arquivo Pessoa

A partir da definição de que seriam utilizados esses três elementos, começou-se a experimentar visualmente diferentes composições e cores, juntamente com os diferentes nomes pensados, tendo em vista que o processo de *naming* decorreu juntamente com esse desenvolvimento inicial do logótipo do veículo de comunicação. A partir dessas experimentações chegou-se a definição do símbolo e das cores que são utilizadas em toda a linguagem visual.

As cores escolhidas fazem sentido tanto no contexto brasileiro quanto no português, tendo em vista que além de remeterem ao verde, amarelo e azul da bandeira nacional brasileira, são cores muito presentes na arquitetura portuguesa, sobretudo na região do Alentejo onde os pigmentos que formulam a cor ocre (um tipo de amarelo) e o verde escuro são tradicionalmente obtidos através de elementos naturais presentes na vegetação da região, além do azul essencial para os azulejos ornamentados tradicionais de Portugal. As

cores utilizadas na linguagem visual são então o amarelo ocre, o verde escuro e o azul escuro, que além de fazerem sentido no contexto luso-brasileiro, compõem entre si uma visualidade harmônica.

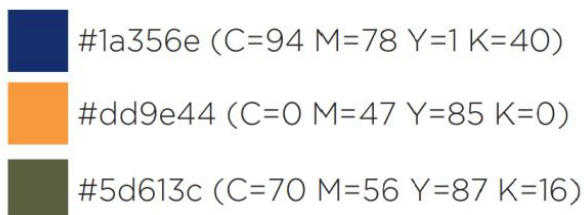


Imagem 9 - cores utilizadas para a construção da linguagem visual / Arquivo Pessoal

Já como tipo de letra a ser utilizado, optou-se pelo uso do contraste entre uma fonte mais grossa e alongada, sem serifa e com o formato oscilante entre o anguloso e o redondo no nome “*LusoBra*” com uma fonte mais arredondada para a palavra “*artes*”. Dessa forma, as fontes escolhidas foram a *Bebas Neue*, que é licenciada para uso livre não comercial, para o nome e a fonte *SF New Republic*, que também tem licenciamento gratuito, para o complemento. Sendo assim, ao experimentar composições de elementos gráficos e cores chegou-se ao logotipo que é oficialmente utilizado.



Imagem 10 - Logotipo Oficial da *LusoBra Artes* em cores / Arquivo Pessoal



Imagem 11 - Logotipo Oficial da *LusoBra Artes* na versão monocromática / Arquivo Pessoal

A construção do restante da linguagem visual da plataforma do veículo de comunicação se baseia na sua logo, utilizando formas geométricas como o círculo e o

quadrado, além de utilizar as mesmas cores, elementos gráficos que remetem aos azulejos portugueses e o uso do próprio símbolo reproduzido diversas vezes para aludir aos azulejos.



Imagem 12 - Logotipo da *LusoBra Artes* na versão monocromática em construção de elemento da identidade visual / Arquivo Pessoal

Esses elementos supracitados acima foram utilizados em todas as formas de comunicação da *LusoBra Artes*, seja em seu site, na revista impressa, nas postagens das redes sociais, nos cartazes e *flyers* utilizados para divulgação e na *fanzine* construída para o pré-lançamento com a finalidade de fixar e fortalecer a identidade visual como um todo.

### 4.3 O Site

O site da *LusoBra Artes* possui sua divisão principal em cinco sessões, são essas “Início”, “*LusoBra Artes*”, “Conteúdos”, “Espaço do Artista” e “Apoiadores”, sendo que cada uma dessas sessões serve para um propósito distinto. A divisão denominada “Início” (anexo 02) serve como uma espécie de introdução ao veículo de comunicação. É nela que se encontra os pontos cruciais da revista como a disponibilização da versão em PDF nos seus moldes para impressão, em hiperligação com a plataforma *Issuu*, que é destinada a publicação independente. Além disso, nessa parte há um breve texto de apresentação da *LusoBra Artes* em conjunto com o direcionamento para suas redes sociais e as quatro matérias em destaque da edição vigente, nesse caso a edição 0 - Um Grito pela Arte Independente, além de um formulário para a inscrição de trabalhos artísticos.



Imagem 13 - Captura de tela da página inicial do website da *LusoBra Artes*

A divisão “*LusoBra Artes*” (anexo 03) é dedicada a apresentação do projeto em que encontra-se um texto mais aprofundado sobre o veículo de comunicação, seu estatuto editorial, a ilustração do artista convidado Bruno Sotti, e os textos dos convidados Katia Horn - artista plástica e atriz brasileira - e Raul Ladeira - fotógrafo, artista plástico, professor e designer português - sobre arte independente e sobre a visão deles sobre veículos de comunicação como a *LusoBra Artes* que promovem esse cenário.

A área intitulada “Conteúdos” (anexo 04) possui subdivisões pautadas nas temáticas das publicações sendo essas “Artes Visuais”, “Música”, “Fotografia”, “Maqui(Iha)gem”, “Quadrinhos/Banda Desenhada”, “Ilustração”, “Literatura”, “Audiovisual”, “Colagem” e “Gravura”. A ideia é que se adicionem mais subdivisões como essas a medida em que são

produzidos conteúdos de diversas temáticas. Além da possibilidade de visualização das matérias da revista separadas por temática, o usuário também tem a possibilidade de aceder às matérias de modo geral. Tanto as matérias jornalísticas escritas pela redação do veículo de comunicação quanto os textos enviados pelos autores colaboradores estão dispostos nessa parte.

O “Espaço do Artista” (anexo 05) é a sessão do *site* onde se encontra, assim como na página inicial, o formulário de inscrição para que artistas e criativos de diversas áreas possam subscrever seus trabalhos, além de contar também com uma área destinada ao *feedback*<sup>23</sup>. Há ainda a parte do site dedicada aos apoiadores (anexo 06), em que estão textos de apresentação sobre o bar Pátio da Casa Café Concerto, local onde foi realizado o evento de lançamento, o CAEP (Centro de Artes e Espetáculos de Portalegre) que forneceu apoio para a realização do evento de pré-lançamento e na divulgação e a agência de Comunicação e *Design Loading Ideas*, que deu apoio para o projeto em todo o material gráfico através da impressão dos cartazes e panfletos para a promoção do evento, além da revista física que foi monetizada durante o evento de lançamento para cobrir gastos. O *design* do *site* é estruturalizado tendo as formas geométricas da bandeira do Brasil como base, além de contar elementos gráficos que remetem aos azulejos ornamentados típicos de Portugal.

O *website* do projeto foi criado através da plataforma *wix.com* por considerar-se essa uma das mais intuitivas de se trabalhar no que tange a movimentação e fixação de elementos, o que a torna uma das plataformas do gênero que possibilitam uma maior preocupação com o *design* do *site* e com a estética, sem ser necessário conhecimentos muito abrangentes sobre programação. É possível encontrar as capturas de tela de todas as páginas do *website* da *LusoBra Artes* nos anexos deste relatório.

#### 4.4 A Produção de Conteúdos

Uma das propostas da *LusoBra Artes* é que essa conte com conteúdos colaborativos, enviados pelos próprios leitores e/ou artistas, além das matéria escritas pela própria redação do veículo de comunicação. Na edição 0, tem-se nesse quesito um maior caráter experimental, tendo em vista que os conteúdos deveriam ser feitos antes do lançamento do *site*, em que está situado o formulário de inscrição de conteúdos oficial.

Tendo isso em vista, foi criado um formulário de inscrição via *Google Forms* (anexo 07, 08, 09 e 10) num primeiro momento e esse foi divulgado através da rede social *Facebook*, porque essa conta com os grupos em sua formulação. O formulário foi divulgado no grupo “*Zineiros de Curitiba*” por esse concentrar boa parte da comunidade de artistas

---

<sup>23</sup> Feedback é uma espécie de retorno, um espaço dedicado a dúvidas, críticas e sugestões.

independentes da cidade de Curitiba e portanto, ser uma boa forma de entrar em contato com artistas diversos em suas produções. O formulário também foi divulgado em grupos, tanto brasileiros quanto portugueses, de estudantes de artes visuais e design presentes na plataforma.

Nesse formulário, foram obtidas inscrições nas áreas das artes visuais e da música, das quais sete foram publicadas com o texto na íntegra (anexos 11, 12, 13, 14, 15, 16 e 17). Além disso, tiveram inscrições de conteúdos que não tinham formato textual para publicação, como portfólios ou apresentações, mas que forneceram informações suficientes para a produção de um conteúdo mais voltado para o jornalismo, como foram os casos dos artistas visuais *Kimberly Alice* (anexo 18), *Gihad El Khouri* (anexo 19), *Vesúvio* (anexo 20), *Raquel Maia* (anexo 21) e a banda *Texas Indie* (anexo 22). Nem todos os materiais recebidos foram utilizados. Para fazer a curadoria sobre o que seria publicado, levou-se em conta se o trabalho enviado se encaixava na temática principal da revista. Ou seja, para ser publicado, o conteúdo enviado deveria ser um conteúdo referente a trabalhos autorais e artísticos, além de não possuir tom comercial, sendo então uma produção artística independente. Além disso, levou-se em consideração também o local de atuação dos artistas a fim de averiguar se esses são pertencentes ao contexto luso-brasileiro.

Além dos conteúdos coletados via formulário, também tiveram os artistas que foram convidados a fazer parte do veículo de comunicação. A esses, foram realizadas entrevistas e a partir dessas, escreveu-se matérias jornalística. São eles a designer e colagista convidada para fazer a capa da primeira edição, *Maria Fernanda Didimo* (anexo 23 e 24) a quem se entrevistou virtualmente, e os convidados que mandaram contribuições para o editorial de apresentação da *LusoBra Artes*, a artista plástica e atriz brasileira *Kátia Horn* cuja entrevista foi realizada virtualmente (anexo 25 e 26) e o designer e fotógrafo português *Raul Ladeira* que recebeu a *LusoBra Artes* em seu atelier para dar entrevista sobre sua vida, obra e processos criativos (anexo 27 e 28). Também houve os artistas que foram convidados para participar da *LusoBra* por terem trabalhos pertinentes ao conceito do veículo de comunicação, sendo eles a banda portuguesa *Claraboia* (anexo 29 e 30) e o designer e artista visual nipo-brasileiro *Gabriel Watoniki* (anexo 31 e 32). A ideia é que o processo de obtenção de conteúdos via inscrição continue vigente, além da permanente liberdade que a redação tem em buscar conteúdos externos a essas, seja sobre trabalhos de artistas ou eventos culturais.

#### 4.5 O caminho inverso: do digital ao impresso

A priori, avaliou-se que a criação de uma versão impressa da *LusoBra Artes* seria uma boa estratégia de comunicação para a fixação da identidade visual do veículo no imaginário de seu público (ou potencial público) leitor. Considerou-se que, apesar de ser um veículo de comunicação *online*, nesse primeiro momento em que a revista está sendo inserida no mercado, uma versão física traria mais apelo junto ao público local, sendo uma forma de fortalecer a sua imagem e a sua identidade. Dessa forma, a primeira edição da *LusoBra Artes* foi impressa tendo em consideração o evento de lançamento, no qual vinte exemplares foram expostos e monetizados a fim de cobrir os gastos com o evento, que se resumiu ao cachê da banda, parte das suas atrações.

O plano editorial da versão impressa da *LusoBra Artes* tem como objetivo a tradução da essência do veículo de comunicação *online* para o papel. Na versão impressa foram selecionados 15 dos textos publicados na versão virtual, além de iniciar-se a revista com duas páginas de apresentação, nas quais foram apresentados o mesmo conteúdo presente na aba do site intitulada “*LusoBra Artes*”, sendo todo o conteúdo adaptado ao formato editorial para impressão tendo em vista que segundo Scalzo (2016) “é preciso respeitar a vocação essencial de cada meio. Não adianta querer reproduzir os recursos da internet ou da TV em papel.” A capa da revista foi feita por uma artista convidada, sendo adaptada para o formato impresso. A primeira edição foi chamada de “Edição 0 - Um Grito pela Arte Independente”, porque ainda está na sua fase experimental, servindo como uma espécie de apresentação da ideia por trás do veículo de comunicação como um todo.



Imagem 14 - *LusoBra Artes* em sua versão impressa

Assim, nessa primeira versão pensou-se a disposição das matérias publicadas levando em consideração dois principais fatores: a temática e a estética. Iniciando com a apresentação nas duas primeiras páginas, acompanhada do estatuto editorial e os textos dos artistas *Katia Horn* e *Raul Ladeira*, o veículo de comunicação segue nas próximas duas páginas com a matéria sobre um projeto fotográfico. O texto sobre o projeto é seguido por duas explicações sobre trabalhos relacionados a histórias em quadrinho / bandas desenhadas sendo que cada uma ocupa uma página. Continuamente, são dispostas duas matérias sobre diferentes artistas e seus trabalhos com colagem, seguidos por textos sobre o trabalho de uma artista plástica e um ilustrador que possuem obras com elementos em comum. A partir de então três páginas foram dedicadas a projetos musicais, sendo duas matérias jornalísticas a ocupar uma página inteira cada uma e uma página dedicada a textos curtos sobre lançamento musicais. A seguir é disposto uma página de publicidade para um dos apoiadores do projeto, a *Loading Ideas*, pois essa era uma das contra-propostas ofertadas em troca do apoio da agência de comunicação e *design* que possibilitou a impressão do produto (fator explanado no subtópico destinado às estratégias de comunicação), continuadamente por dois trabalhos fotográficos e, para finalizar, as obras de uma artista plástica, sendo que cada um deles ocupa uma página. Na contracapa há a presença de um *QR-code*<sup>24</sup>, ferramenta que permite a interação da versão impressa com a versão online do veículo de comunicação através do uso de um telefone móvel, além do nome de usuário do projeto nas redes sociais.

O formato da revista impressa também é disponibilizado através da plataforma *Issuu*<sup>25</sup> em *PDF*. A ideia é que sempre se publique nessa forma para que essa possa ser vinculada ao site, direcionando-se ao público que tem preferência pela simulação do formato impresso, além de ter nesse portal de publicação independente a oportunidade de mais uma forma de entrar em contato com públicos potenciais, tendo em vista os mecanismos de busca que a plataforma proporciona. A versão impressa nesse primeiro momento não será algo contínuo tendo em vista que para a sua concretização foi necessário apoio para a impressão e que o apoio conseguido foi algo pontual voltado para o lançamento em si. Não obstante que será investido na procura de apoio contínuo futuramente e em formas de monetização para a cobertura de gastos, como a concessão de espaço para anunciantes e a distribuição de conteúdos exclusivos para assinantes, o que possibilitará a distribuição de um material físico. A versão completa do *PDF* encontra-se no anexo 33 deste relatório.

---

<sup>24</sup> *Quick response code* - Código de resposta rápida

<sup>25</sup> [https://issuu.com/lusobraartes/docs/edicao\\_01\\_-\\_um\\_grito\\_pela\\_arte\\_independente\\_-\\_digi](https://issuu.com/lusobraartes/docs/edicao_01_-_um_grito_pela_arte_independente_-_digi)

## 4.6 Ações de comunicação

A partir da análise de cenário elencada no capítulo um, do *benchmarking* e da pesquisa de público potencial explanados no capítulo três foram levantados os problemas a serem resolvidos através da comunicação, bem como os meios comunicacionais mais eficazes a serem utilizados.

Um dos principais fatores de risco para a execução do projeto identificado na análise FOFA, que foi realizada como parte da análise de cenário, é a falta de recursos financeiros. Por esse motivo investiu-se num primeiro momento na obtenção de apoio de organizações regionais principalmente para a primeira edição e para o evento de lançamento, para isso, elaborou-se uma apresentação expondo os objetivos do projeto, bem como a proposta de apoio em conjunto com uma contraproposta que traga também algum proveito para o apoiador. Entretanto, futuramente quando o projeto desenvolver uma presença mais forte perante o mercado, pretende-se subscrevê-lo em protocolos de apoio a cultura como a lei federal brasileira *Rouanet*, que consiste em uma política de incentivos fiscais que possibilita que organizações abatam parte de seus impostos se investirem em projetos culturais.

Outro fator de risco identificado na mesma análise foi a possibilidade de baixa adesão ao projeto por parte do potencial público leitor pelo fato do veículo de comunicação ainda estar se estruturando perante o mercado. Para contornar esse fato foram considerados os dados levantados na pesquisa realizada junto ao público potencial, explanada no capítulo três, sendo que a partir dessa conclui-se que deve-se investir na comunicação através das redes sociais, sobretudo o *Facebook* e *Instagram*, pois são essas as formas de comunicação mais utilizadas pelo potencial público leitor no ciberespaço.

Também é levado em consideração que a demanda de fluxo de trabalho é demasiada grande e que a manutenção do projeto exige mais colaboradores envolvidos. Por esse motivo futuramente será lançado um edital de convocação para colaboradores permanentes, sendo esse um trabalho voluntário inicialmente,

Dessa forma, a *LusoBra Artes* precisa ter sua comunicação planejada focando em três principais fatores, sendo eles: 1) A comunicação junto a possíveis apoiadores para que existam os meios materiais necessários para a sua manutenção; 2) A comunicação voltada para os artistas e possíveis colaboradores, para que esses confiem e queiram participar do projeto e 3) A comunicação voltada para o público leitor. Para isso, é necessário que tenha a afirmação de suas posturas e objetivos, tendo em vista que esses são os fatores que possibilitam o estreitamento de laços entre os diferentes públicos com o veículo de comunicação. Dessa forma, ao trabalhar numa comunicação focada majoritariamente nesses dois principais públicos - o dos leitores e o dos apoiadores - é possível vencer as adversidades.

#### **4.6.1 Evento de lançamento**

O evento de lançamento é uma das ações de comunicação desenvolvidas, tendo em vista que a sua realização traz uma maior abrangência de público a nível regional. Sendo assim, essa ação foi uma das formas que se encontrou de trazer o projeto para mais perto da produção local e do público potencial que reside na cidade de Portalegre, berço do projeto. Dessa forma, a realização de um evento foi utilizada como uma estratégia de comunicação, visando não só a promoção da revista e sua colocação no cenário local como também a movimentação das redes sociais para obter contato com o público potencial da revista que está distante, tendo em vista que esse projeto almeja a obtenção de espaço midiático. Além disso, a realização de um evento de lançamento oportuniza a movimentação cultural da cidade, o que vai de encontro com um dos objetivos da *LusoBra Artes* que é a promoção da arte e da cultura. Segundo Cesca (1997) para iniciar o planejamento de um evento é necessário levantar-se uma série de fatores necessários para a sua realização sendo esses os objetivos - gerais e específicos - do evento, os públicos a serem atingidos, as estratégias utilizadas para atrair o público, os recursos - humanos ou materiais - a serem utilizados, como se dará a implantação das estratégias estabelecidas, o orçamento previsto para a execução e por fim é necessário fazer uma avaliação para mensurar se os objetivos foram cumpridos.

Sendo assim, o objetivo geral do evento realizado foi movimentar culturalmente a cidade de Portalegre, trazendo atenção do público potencial para a *LusoBra Artes*, já o objetivo específico, foi a promoção da primeira edição do veículo de comunicação junto ao público da região. O público ao qual o evento foi direcionado é pertencente aos habitantes de Portalegre e região, sendo na sua maioria jovens e estudantes que se identificam com a temática da *LusoBra Artes*. As estratégias para a atração desse público foi a elaboração de uma programação apelativa, contando com a presença de uma banda da cidade, a *Sundye*, para ambientar o evento, além de uma pequena feira de impressos, que contou com o comparecimento de dois ilustradores e estudantes do Instituto Politécnico de Portalegre, o *Giuliano Pietro* e a *Kamila Weber*. Além disso, investiu-se na comunicação sobre o evento, tanto de formas físicas quanto digitais. Os recursos materiais utilizados foram os necessários para a divulgação física, para a produção do veículo de comunicação em sua versão impressa, a quantia monetária necessária para o pagamento do cachê da banda, além da disponibilidade de material de som para que acontecesse a apresentação dessa e de mesas para os ilustradores exporem seus trabalhos. Recursos humanos foram necessários em toda a parte de divulgação, seja no planejamento, para colar cartazes ou

distribuir panfletos, além dos artistas convidados para fazerem parte do evento. Ademais, foi necessária uma equipe de registro contando com uma fotógrafa e uma *videomaker*<sup>26</sup>.

A implementação das estratégias para a concretização do evento de lançamento teve início em Agosto de 2019 e se dividiu em três etapas. A primeira fase de implementação do evento iniciou-se com a listagem de uma série de organizações com atuação na cidade de Portalegre que possivelmente apoiassem o projeto, tendo em vista que não havia recursos financeiros para a sua realização. São elas o bar Pátio da Casa Café Concerto, a agência de design e comunicação *Loading Ideas* e o Centro de Artes e Espetáculos de Portalegre (CAEP). Para cada um dos potenciais apoiadores foram pensados os elementos com os quais poderiam contribuir para a idealização, principalmente do evento e quais poderiam ser os espaços comunicacionais que a *LusoBra Artes* ofereceria em troca do apoio recebido. Para entrar em contato com esses apoiadores, elaborou-se uma apresentação em *PDF* (exemplo no anexo 34), na qual se explicou no que consiste a *LusoBra Artes*, explanando seus objetivos e conceitos, a proposta de apoio e a contraproposta ofertada em relação a comunicação. Como a proposta feita para cada potencial apoiador era diferente, foram feitos arquivos de apresentações exclusivos para cada um, não obstante que a contraproposta da disponibilização de espaço no site e logotipo nos cartazes de divulgação do evento fosse abrangente a todos os apoiadores.

Designou-se que o Pátio da Casa Café Concerto seria o local da cidade ideal para a realização do evento de lançamento por ser compatível com o projeto, tendo em vista que esse bar tem em sua essência a promoção de diversos tipos de arte, seja através do espaço que disponibiliza para a realização de exposições, seja pelas bandas que são convidadas para tocar em suas dependências ou também pelos eventos que hospeda em parceria com a fundação cultural FICAR que é destinada a fomentação do cenário cultural de todo o Alentejo, região em que Portalegre se encontra, juntando o tradicional e o contemporâneo em sua programação de oficinas, espetáculos e festivais. A partir dessa designação, entrou-se em contato com a equipe do estabelecimento que foi bastante receptiva com o projeto e logo se marcou a data para o dia 12 de outubro de 2019. Além da contra-proposta pertinente também aos outros apoiadores, realizou-se a produção de uma entrevista com a Dora Assis, idealizadora da organização FICAR e proprietária do Pátio da Casa.

Para possibilitar a divulgação física do evento de lançamento e ter a possibilidade de expor e monetizar a edição 0 da *LusoBra Artes* durante o evento para cobrir os gastos com a banda, procurou-se o apoio da agência de comunicação e *design Loading Ideas*. À organização, a proposta feita é que seu apoio consistiria no fornecimento da impressão de trinta cartazes em A3 e 150 *flyers* em A5 para a divulgação do evento de lançamento, além

---

<sup>26</sup> Feitora de vídeo

de 10 exemplares da versão impressa da revista e 10 exemplares da *fanzine* a ser distribuída no pré-lançamento (item melhor explicado no subtópico destinado à descrição das divulgações em mídias impressas). No entanto, além dos apoios planejados, ainda obteve-se um apoiador espontâneo, o Instituto Português do Desporto e da Juventude de Portalegre (IPDJ), cujo manifestou interesse em fazer parte do projeto a partir de uma entrevista realizada para produção de conteúdo com um de seus colaboradores, o fotógrafo e designer Raul Ladeira. Sendo assim, o auxílio da organização consistiu na impressão da *fanzine* distribuída durante o evento de pré-lançamento realizado no outro apoiador, o CAEP. Em troca desse apoio, foi disponibilizado ao IPDJ a divulgação do logotipo na *fanzine* e um espaço junto aos outros apoiadores no *website* da *LusoBra Artes*. Esse apoio possibilitou que houvesse mais exemplares da versão física do veículo de comunicação, pois ao invés de imprimir dez exemplares da *fanzine*, a *Loading Ideas* imprimiu vinte exemplares.

Outro apoiador considerado importante para o projeto, principalmente pela força que a organização tem na cidade no que relaciona-se à arte e à cultura é o Centro de Artes e Espetáculos de Portalegre (CAEP). A proposta apresentada para esse centro cultural foi que esse auxiliasse na divulgação em troca da colocação do logotipo nos cartazes e da disponibilização de um espaço no *site* da *LusoBra* juntamente com os demais apoiadores. O auxílio do CAEP se deu na forma da disponibilização de um estande para a divulgação do evento de lançamento no mesmo dia em que aconteceu o concerto do músico Salvador Sobral em suas dependências. Foi escolhido esse dia (05/10) para a realização do pré-lançamento pelo fato do músico ter reconhecimento em seu trabalho e conseqüentemente, o estabelecimento estar repleto de pessoas pertencentes à um público potencial na data. No pré-lançamento foram distribuídos flyers chamando esse público potencial para o evento de lançamento oficial, além da uma *fanzine* dedicada à explanar o projeto em si. O apoio do CAEP também consistiu na disponibilização de uma bateria musical para que a banda, atração do dia do evento, pudesse executar sua apresentação. Todas as organizações procuradas se mostraram abertas a apoiar o projeto.

Nessa fase pensou-se também nas possíveis atrações a serem chamadas para fazer parte do evento. Como a ideia do projeto é dar espaço para a arte independente, iniciou-se uma busca por artistas desse cenário que residissem na cidade de Portalegre. Os artistas foram encontrados no ambiente universitário, sendo os ilustradores intercambistas no curso de *design* de animação e os integrantes da banda estudantes egressos do curso de *design* da comunicação. O orçamento disposto inicialmente para a realização do evento era nulo, entretanto a realização foi possível devido à estratégia de obtenção de apoiadores que possibilitou a realização do evento bem como a monetização da revista impressa para cobrir o pagamento de cachê a banda que foi sua atração.

O evento ocorreu como planejado, iniciando-se no dia 12 de Outubro de 2019 às 20h no Pátio da Casa Café Concerto. Para que a apresentação da banda fosse possível iniciou-se a montagem dos equipamentos sonoros, de projeção e a passagem de som às 17h30. Os ilustradores chegaram às 19h30 para fazerem a montagem da exposição de seus trabalhos e o público externo começou a chegar por volta das 20h30. O ápice de público foi durante a apresentação da banda em que o bar ficou repleto, não havendo local para todo o público sentar, o que acarretou na permanência de pessoas em pé para apreciar o concerto. Durante a apresentação da banda, foram projetadas, mediante o uso de um computador e um projetor, as páginas da revista na parede atrás da banda, o que serviu, não só como ambientação do concerto como uma forma de promoção da revista em si. Parte do público presente no estabelecimento não sabia sobre o lançamento da *LusoBra Artes*, mas passou a conhecê-la.

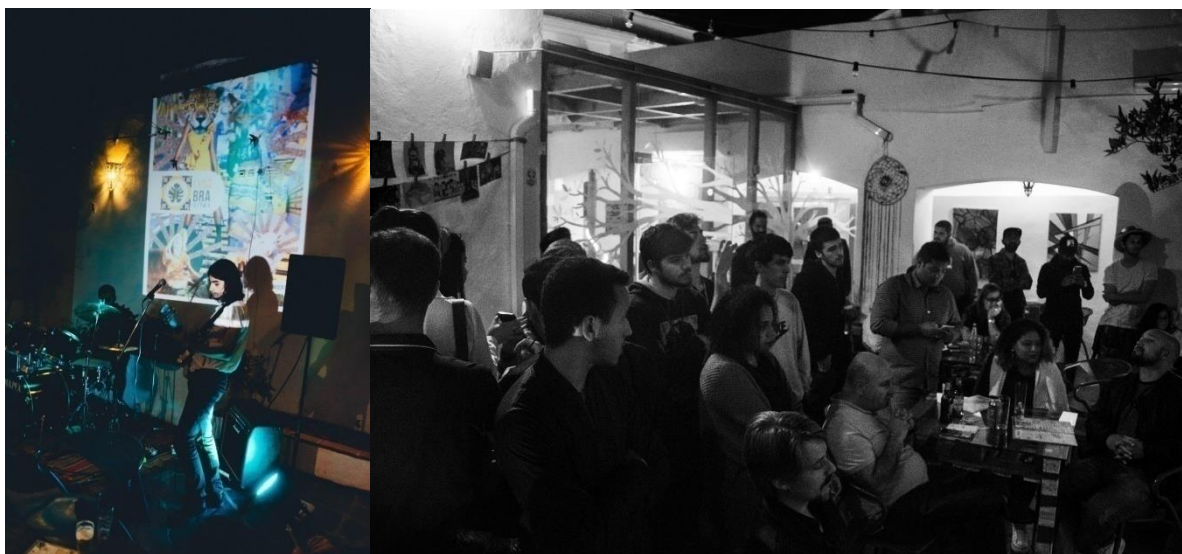


Imagem 15 - fotografias do evento de lançamento / arquivo pessoal

O processo pós evento consistiu na devolução do equipamento de audiovisual à Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre (ESECS - IPP), tendo em vista que o equipamento para a gravação do vídeo foi emprestado e na devolução da bateria musical ao CAEP, já que essa foi concedido para a apresentação da banda pela instituição. Além disso, foi feita uma publicação nas redes sociais com as fotografias tiradas no dia do evento com um texto de agradecimento aos apoiadores.



Imagem 16 - notícia publicada no Jornal do Alto Alentejo sobre o evento de lançamento da *LusoBra Artes* no dia 9 de Outubro de 2019 / arquivo pessoal

É possível afirmar que o evento cumpriu seus objetivos, tendo em vista a repercussão que teve perante o público local, sendo publicado inclusive no jornal Alto Alentejo que tem distribuição por toda a cidade de Portalegre, o que ampliou o alcance do evento. Além disso, a revista passou a ter certo reconhecimento tendo em vista que houve a oportunidade de divulgação do veículo de comunicação através da divulgação e realização do evento.

#### 4.6.2 Divulgação: mídia impressa

Para atingir o público local identificou-se que apenas a divulgação através das redes sociais não seria suficiente para dar o impacto esperado ao evento de lançamento. Por esse motivo, planejou-se a distribuição de cartazes pela cidade de Portalegre, o que só foi possível mediante a obtenção do apoio da agência de comunicação *Loading Ideas* que concedeu a impressão de trinta cartazes em formato A3 para o projeto. Para distribuir esses cartazes, levou-se em consideração os locais que possuem maior circulação de pessoas, e colocou-se em lugares estratégicos, como a Rua do Comércio, que atravessa o centro da cidade, além das organizações apoiadoras, dos *campi* do Instituto Politécnico de Portalegre (IPP), de estabelecimentos comerciais como bares universitários, lojas e em dois centros comerciais da cidade. O design do cartaz foi pensado para dar ênfase principalmente na

data e na identidade visual da *LusoBra Artes*, além de trazer em si também informações sobre o local, horário, atrações e a logotipo dos apoiadores.



Imagem 17 - Cartaz para divulgação do evento de lançamento



Imagem 18 - Cartazes para divulgação do evento de lançamento fixados em pontos da cidade de Portalegre

Além dessa estratégia para divulgação do evento de lançamento, em parceria com o Centro de Artes e Espetáculos de Portalegre (CAEP) realizou-se uma espécie de evento de pré-lançamento, que consistiu na distribuição de 30 *fanzines*<sup>27</sup> (anexo 35), impressas com o apoio do Instituto Português do Desporto e da Juventude, contendo conteúdo informativo

<sup>27</sup> Explanadas no Capítulo 2

sobre o projeto como um todo e exaltando o evento de lançamento que aconteceu na semana seguinte. O design da *fanzine* foi pensado para ser atrativo visualmente e reforçar a identidade visual do veículo de comunicação, sendo construído pela autora do projeto com a colaboração do estudante de *design* e artista visual *Bruno Sotti*. Além da oferta das *fanzines* também foram distribuídos 150 *flyers* com design similar ao dos cartazes, porém adaptado para o formato A5, pois esse formato é mais condizente com a forma comunicacional adotada. Os panfletos foram impressos com o apoio da *Loading Ideas*. O formato de *flyer* foi pensado por ter uma abordagem mais direta visualmente, chamando mais atenção para o evento em si, além da possibilidade de serem impressos em maior quantidade que as *zines*.



Imagem 19 - Fanzine de divulgação da *LusoBra Artes*



Imagem 20 - Flyers de divulgação do Evento

As estratégias pertinentes às mídias impressas foram simultaneamente aplicadas a mídia digital, que consiste majoritariamente na realização de publicações nas redes sociais com temáticas que tangem o evento de lançamento, seja a divulgação dos apoiadores, do local de realização, das atrações ou do evento em si.

#### 4.7 Estratégia de comunicação: redes sociais

Quando os veículos de comunicação circulam no ciberespaço, abrem-se possibilidades de interação entre esses e os usuários que não seriam possíveis nas mídias tradicionais. As redes sociais surgem nesse contexto como uma dessas possibilidades de interação, podendo inclusive funcionar como uma extensão do próprio veículo. Por esse motivo, sobretudo para as organizações que pretendem ter forte presença no ciberespaço - como é o caso da *LusoBra Artes* - é importante a compreensão desse potencial de interação social, já que, segundo Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010, p. 13), o uso das redes sociais por veículos de comunicação gera “processos comunicacionais peculiares, que vão além da leitura, avançando para a autonomia do campo da recepção, a colaboração e a interação horizontal entre produtores e leitores.”

Dessa forma, as redes sociais podem servir como uma ferramenta para ampliar a interação, sobretudo para as web-revistas que, como as revistas tradicionais, atendem a um público segmentado. Sendo assim, as redes sociais permitem uma participação mais ativa do público, o que muda a relação entre as diversas formas de organizações e os indivíduos.

Essa mudança pode e deve ser explorada, tanto no sentido de aproximar a instituição de seu público, quanto que, no caso de veículos de comunicação no formato de revista, pode ser uma forma de verificar quais tipos de conteúdo são mais pertinentes para o público que abrange. Dessa forma, segundo Terra (2008, p. 28):

“As novas tecnologias criam uma ponte entre a fonte emissora de informação e o usuário, subvertendo a ordem tradicional da comunicação, permitindo que qualquer indivíduo seja produtor de conteúdo e formador de opinião, sem intermediários, por meio de um suporte que é, em tese, democrático.”

Entretanto, para que essas ferramentas, sobretudo o uso das redes sociais como fator de comunicação organizacional, sejam eficientes, é necessário que o conteúdo publicado nessas seja adaptado à peculiaridade de cada plataforma desse tipo de mídia, levando em consideração a forma do conteúdo e o que é necessário para atingir as maiores potencialidades de alcance. No caso das revistas *online*, as redes sociais podem ser utilizadas para aumentar a abrangência do seu conteúdo, através de posts que redirecionem o usuário para os artigos presentes em seus respectivos *sites*. Além disso, as redes sociais podem ser utilizadas também para a disponibilização de informações, servindo como um complemento ao *website* do veículo de comunicação.

Tendo isso em vista, juntamente com o processo de *benchmarking* realizado em relação às versões *online* das revistas “*Umbigo Mag*” e “*DasArtes*”, dividiu-se o planejamento das postagens nas redes sociais da *LusoBra Artes* nas fases pré-lançamento, lançamento e pós-lançamento. Optou-se por criar perfis do projeto nas redes sociais *Instagram* e *Facebook*, considerando-se que essas são mais utilizadas, tanto pelos outros veículos de comunicação avaliados quanto pelo público potencial averiguado na pesquisa de públicos (capítulo três). Os perfis foram criados no dia 16 de setembro de 2019, aproximadamente um mês antes do lançamento oficial do veículo de comunicação, sendo feitos com o formato de uso empresarial. As postagens foram inicialmente pensadas para o *Instagram*, levando em conta que a rede social não permite o funcionamento de *links* na descrição das imagens publicadas e posteriormente foram adaptadas para o *Facebook*, que disponibiliza mais usos de hiperlinks na composição das suas publicações.

As primeiras três publicações foram destinadas a apresentação do veículo de comunicação, tendo como objetivo não um grande alcance, mas sim ser uma forma de instigar o público inicial a seguir os perfis da *LusoBra* nas redes sociais. A partir de então, a comunicação nas redes sociais começou a voltar-se para o evento de lançamento que foi realizado no dia 12 de outubro de 2019, chamando a atenção para as atrações do evento, para os apoiadores e para a própria data. As publicações nesse primeiro momento foram planejadas para encaixarem visualmente entre si, criando uma estética apelativa para o

perfil no *instagram*, tendo em vista que esse, quando visualizado em dispositivos móveis, encaixa as imagens no sistema de *grid*<sup>28</sup>.



Imagem 21 - primeiras nove publicações no Instagram em formato de grid

Para o *Facebook* foram utilizadas as mesmas imagens, pois essas foram planejada para também funcionarem separadamente umas das outras. Entretanto os textos que acompanham as imagens foram adaptadas à plataforma, tendo em vista que em alguns casos - como as postagens destinadas a promoção dos apoiadores - inseriu-se o *link* para seus respectivos *websites*. Outro elemento forte é a hiperligação das postagens das páginas da LusoBra com os perfis nas redes sociais dos artistas convidados para expor ou tocar no evento e também com as redes sociais dos apoiadores, como forma de aumentar o alcance das publicações nas redes.

Além das postagens replicadas nas duas redes sociais, houveram ainda as publicações que são pertinentes apenas a cada uma das plataformas. No *Facebook* foi elaborado um evento, pois a plataforma permite esse tipo de formato, e regularmente

<sup>28</sup> grade

compartilhou-se na página da *LusoBra Artes* o *link* para esse, além de fazer compartilhamentos no grupo Habitantes de Portalegre pertencente a rede social, onde boa parte dos habitantes da cidade se concentra virtualmente.



Imagem 22 - Captura de tela do evento no Facebook

Exclusivamente para o *Instagram*, investiu-se na publicação dos *Instagram stories*<sup>29</sup>, que consiste na publicação de conteúdos num formato diferenciado, sendo esses disponibilizados por apenas vinte e quatro horas. Nesse formato, divulgou-se o evento e o veículo de comunicação como um todo, além de compartilhar publicações de outros perfis da rede social, seja para promover o trabalho de artistas ou de publicações feitas por terceiros sobre a *LusoBra Artes*. Como complemento dessa ferramenta a rede social permite que os *stories* sejam armazenados nos chamados “Destaques”, que são disponibilizados permanentemente no perfil. Criou-se então um destaque intitulado “12/10 save the date<sup>30</sup>” em que foram guardados como destaque todos os *stories* de divulgação do evento de lançamento para chamar a atenção dos usuários que entram no perfil da *LusoBra Artes*.

<sup>29</sup> Histórias do *Instagram* em tradução livre

<sup>30</sup> Reserve a Data

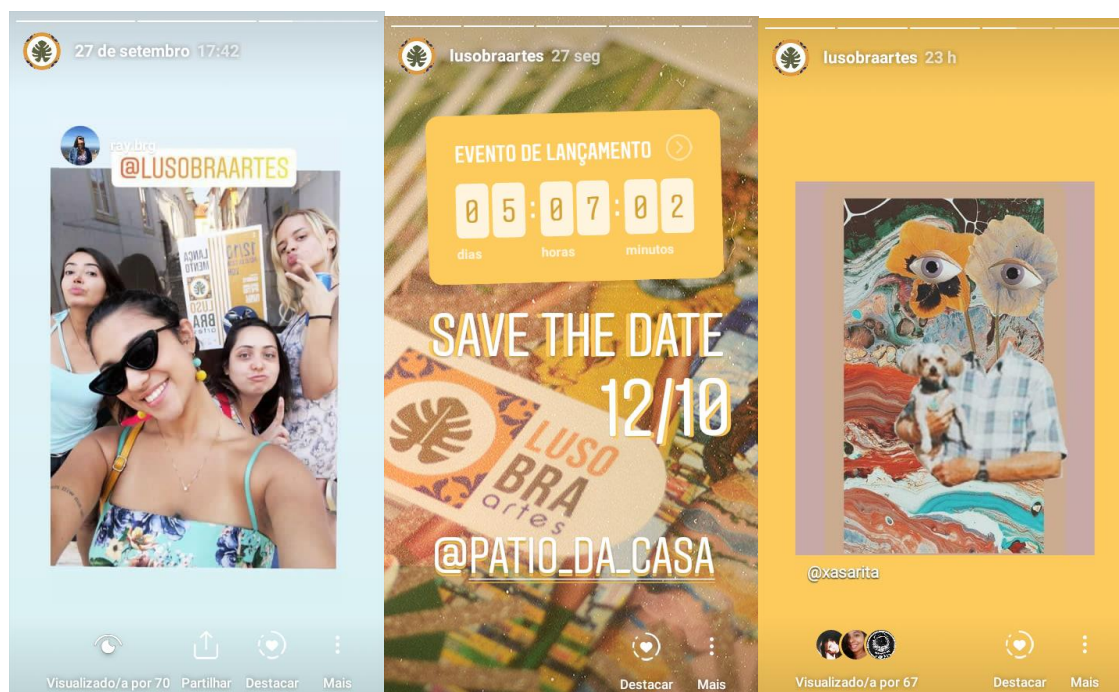


Imagem 23 - Exemplos de publicações feitas via Instagram Stories

Para obter retorno nas publicações nas redes sociais e ter visibilidade, foi estabelecido que as publicações deveriam ser feitas regularmente. Por esse motivo, elaborou-se um cronograma de publicação, em que inicialmente seriam feitas publicações quatro vezes por semana, além dos *Instagram Stories*, feitos diariamente. Dessa forma, planejou-se que até a data do lançamento da *LusoBra Artes* as publicações seriam destinadas à promoção do evento. Na semana anterior ao lançamento foram feitas publicações diárias. No dia da estréia do veículo de comunicação o *link* do *website* foi publicado no *Facebook* e uma imagem com a captura de tela da sua página inicial planejada dentro de uma imagem para encaixar no formato de *grid* foi publicado no perfil do *Instagram*.

Além disso, o evento foi transmitido ao vivo através do *Instagram* e posteriormente replicado no perfil do *Facebook*. A comunicação via redes sociais após o lançamento foi dedicada à promoção dos trabalhos dos artistas presentes na primeira edição, chamando a atenção para o trabalho em si e fazendo *hiperlink* com os perfis dos artistas nas redes sociais. Nessa fase, as publicações têm o objetivo de redirecionar o público presente nas redes sociais para o *website*, seja através da publicação de algumas das obras retratadas ou de *link* para a matéria publicada no *site*.

## CONCLUSÃO

Este projeto de mestrado foi nomeado *LusoBra Artes* e teve como resultado a elaboração de um veículo de comunicação *online* que se propõe a ser um produto editorial independente, destinado a divulgação da arte que está fora dos mercados formais, sobretudo dos cenários pertencentes ao Brasil e a Portugal. Dessa forma, a *LusoBra Artes* tem como finalidade a possibilidade de ser uma ponte entre os artistas independentes oriundos desses dois países. Além disso, o projeto se propôs a ser um espaço midiático dentro do ciberespaço para que artistas fora dos grandes meios de comunicação possam ter um espaço midiático além das plataformas de mídias autônomas, como as redes sociais, os sites para disponibilização de portfólios, etc. O veículo de comunicação independente conta com o formato de conteúdo colaborativo, sendo que parte dos textos publicados foi recebida através de um questionário e compartilhada na íntegra.

Para ter bases teóricas suficientes para a elaboração do projeto, bem como levantar uma reflexão sobre a espacialidade da arte na sociedade e na cultura contemporânea foram levadas em consideração diversas bibliografias sobre diversas temáticas pertinentes ao projeto. O ciberespaço, a cibercultura e a sua relação com a arte foram explanados com base nas bibliografias de Levy (2000), Elias (2008), Monteiro (2007), Santaella (2003) e Lemos (1997). Para discutir a arte e a comunicação no ciberespaço foi feita uma espécie análise da evolução nas relações entre a produção artística e o desenvolvimento tecnológico, relacionando como esses fatores influíram na comunicação. Para fazer esse paralelo foram utilizadas as bibliografias de Walter Benjamin (1955), Adorno e Horkheimer (1985, 2002), Castells (1999), Cruz (2002), Lemos (2008), Jenkins (2009), Nakano (2010), Lopes (2017), além de algumas das referências citadas acima.

Além da discussão sobre a tecnologia e o espaço da arte, imprescindível a esse projeto, já que esse é um veículo de comunicação sobre arte, fez-se necessário também o levantamento de bibliografias sobre publicações independentes e revistas *online*, considerando-se que o formato escolhido para o projeto leva alguns dos moldes do jornalismo de revista *online* e que a *LusoBra Artes* é um veículo de comunicação publicado independentemente do mercado editorial e das suas demandas. Para isso foram abordadas as bibliografias de Borges e Quintela (2015) sobre as *fanzines*, pioneiras na publicação independente; de Tony Quinn (s.d.) sobre a evolução das revistas no ambiente digital; de Ferreira (2010) sobre as revistas voltadas para a arte; de Barros, Cunha, Natansohn e Silva (2010) e Ayres, Alves, Natansohn, Santana & Silva (2008) sobre o jornalismo *online* de revista; de Ramos (2005) para compreender o papel da multimedialidade no jornalismo de revista e de Nojosa (2007) para compreender a hipertextualidade na produção de conteúdos *online*. Entrou-se então na discussão sobre a possibilidade de produção de conteúdos

colaborativos, considerando que essa é um dos pilares da criação do projeto aqui apresentado, fator que é fortalecido devido às novas tecnologias e aos espaços criados a partir dessas. Para isso foram levadas em consideração as bibliografias de Recuero (2002); Gonçalves (2010); Belochio (2009); Jenkins, Green e Ford (2014) e Barros (2007).

Além do levantamento de bibliografias, para planejar o projeto e ter a possibilidade de pô-lo em prática, elaborou-se uma espécie de investigação do cenário em que o projeto está inserido, onde foi realizado um *benchmarking* - baseado na bibliografia da Endeavor Brasil (2015) e do Kotler (2000) - comparando duas revistas que reportam a temática da arte, sendo elas uma brasileira, a "*DasArtes*", e uma portuguesa, a "*Umbigo Mag*", a fim de averiguar como se dá a interação *online* dessas com seus públicos. Além da observação de produtos semelhantes, realizou-se uma pesquisa a fim de identificar um público potencial, bem como suas motivações e comportamentos no que tange o consumo de conteúdos no formato de revista *online*.

Em seguida foram relacionados elementos práticos referentes à elaboração do projeto, sendo esses a descrição de como se deu o processo de nomeação, da elaboração da identidade visual, do *website* e da produção de conteúdos. A seguir explanou-se como aconteceu o processo de transformação do conteúdo digital para impresso, fazendo o caminho inverso no que refere-se a convergência midiática abordada por Jenkins (2009). Também foram relacionadas as estratégias de comunicação para que o projeto sucedesse, no qual se investiu nas redes sociais, no planejamento e elaboração de um evento de lançamento e na divulgação por vias físicas na cidade de Portalegre, através de cartazes, da entrega de *flyers* e da distribuição de *fazines* com uma explicação mais detalhada sobre a *LusoBra Artes*.

Durante a realização desse projeto foram encaradas diversas adversidades e limitações operacionais. No entanto, essas foram superadas através de adaptações no projeto para que sua realização fosse possível, acarretando em um produto final satisfatório no que se relaciona à sua finalidade e aos seus objetivos. Tendo em vista que o objetivo geral desse projeto, num primeiro momento, era ser uma ponte entre artistas do cenário independente do Brasil e de Portugal, é possível afirmar que através da disponibilização de conteúdos das duas nacionalidades e da repercussão que esse teve - seja durante o evento de lançamento ou nas redes sociais - o objetivo foi cumprido, já que artistas participantes da revista ou habitantes do meio da arte independente passaram a conhecer o trabalho de outros artistas e do outro país. Além disso, o projeto provou-se ser um espaço midiático para que trabalhos artísticos fora do mercado formal pudessem ter sua difusão.

Ademais, através do levantamento bibliográfico foi possível a construção de uma reflexão sobre o espaço da arte independente no ciberespaço. A nível local, a realização do evento de lançamento serviu como uma forma de movimentação do cenário cultural da

cidade de Portalegre, levando em conta a repercussão que o evento obteve. Dessa forma, o projeto foi passível de realização, sendo um veículo de comunicação cultural que conta com conteúdos colaborativos relacionados à arte independente no contexto luso-brasileiro.

## **PERSPECTIVAS FUTURAS**

Para a manutenção e continuidade do projeto, levando em consideração as dificuldades encontradas no que tange recursos humanos, será lançado via redes sociais um edital para a inscrição de voluntários, para que a *LusoBra Artes* passe a ter sua construção pautada na coletividade, visando a ampliação da participação dos artistas podendo inclusive incentivar esses a trabalharem em conjunto em algum conteúdo ou projeto difundido pelo veículo de comunicação. Assim, o produto passará a não ser mais fruto de uma produção individual e passará a contar com o mesmo espírito de produção grupal presente nos coletivos artísticos, explanado no capítulo dois com base na bibliografia de Gonçalves (2010). A ideia é que uma nova edição com conteúdos diferentes seja lançada a cada três meses, tanto no site quanto em *PDF* na plataforma *Issuu*. Além disso, uma equipe será necessária também para o planejamento e a realização de eventos futuros, como feiras de impressos e pequenos festivais dedicados à música e a produção local, tendo em vista que além da produção e divulgação de conteúdos, a *LusoBra Artes* se propõe a promover a movimentação da cena cultural local através da realização de eventos.

Ademais, para o projeto ter continuidade serão necessários meios de subsistência e por esse motivo, será feito investimentos de recursos humanos e tempo na procura de potenciais apoiadores, apresentando-os o projeto e suas propostas para que essas diversas organizações possam vir a ter interesse em contribuir para a elaboração da *LusoBra Artes*, como organizações não governamentais destinadas a promoção da cultura, galerias de arte independente, universidades, bibliotecas, etc. Além disso, quando o projeto já estiver mais estruturado e com certo reconhecimento, esse será inscrito em leis de incentivo à cultura, como a lei Rouanet, a lei federal brasileira de incentivo à cultura (Lei nº 8.313 do dia 23 de dezembro de 1991). Ademais, para ser auto-sustentável, serão disponibilizados espaços para anunciantes e conteúdos exclusivos para assinantes, que poderão contribuir com quantias espontâneas, seguindo o modelo adotado pelo *Jornal Relevo*, explanado no capítulo um.

Dessa forma, a *LusoBra Artes* é um projeto que esbarra na falta de recursos humanos e materiais, não obstante que tenha em si um grande potencial de expansão, seja pelo seu formato, pelas facilidades que o ciberespaço proporciona, pela aceitação que teve perante artistas considerando os trabalhos artísticos que são mandados para a redação ou

pelo fato de ser o primeiro veículo de comunicação nesse gênero que se propôs a retratar a arte independente no contexto luso-brasileiro.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. W., Horkeimer, M. (1985). *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Adorno, T. W., Horkeimer, M. (2002). *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p

Ayres, M., Alves, P. J., Natansohn, L. G., Passos, J., Santana, B. V., Silva, T. (2008). *Revistas na web: uma análise dos casos Bravo!, Carta Capital, Época, e Piauí*. X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, São Luis, MA.

Barros, F. (2007). *Produção e edição colaborativa na Internet: o caso Overmundo*. *Ciberlegenda*, out/2007.

Barros, S., Cunha, R., Natansohn, L. G., Silva, T. (2010). *Revistas online: do papel às telinhas*. *Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora*, Vol.4, nº1, junho de 2010.

Belochio, V. C. (2009). *Jornalismo Colaborativo Em Redes Digitais: Estratégia Comunicacional no Ciberespaço o Caso de Zero Hora.com*. Universidade Federal de Santa Maria Centro de Ciências Sociais e Humanas Departamento de Ciências da Comunicação Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Santa Maria, RS, Brasil.

Benjamin, W. (1955). *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*.

Borges, M. Quintela, P. (2015). *Livros, fanzines e outras publicações independentes. Um percurso pela 'cena' do Porto*. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 31 (Dec/2015), pp. 11 - 31, Porto - Portugal.

Carpinetti, L. C. R. (2012). *Gestão da qualidade: conceitos e técnicas*. 2. ed. São Paulo: Atlas.

Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede*, 6ª Ed., tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Editora Paz e Terra.

- Cesca, C. G. (1997). *Organização de Eventos – Manual para planejamento e execução*. São Paulo: Summus.
- Cruz, M. T. (2002). *Arte e Espaço Cibernético*. Revista de Comunicação e Linguagens: A cultura das Redes. Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- Drumond, F. B., Polignano, L. A. C. (2001). *O Papel da Pesquisa de Mercado Durante o Desenvolvimento de Produtos* 3º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto Florianópolis, SC, Brasil.
- Elias, H. (2008). *Neondigital: Um Discurso sobre os Ciberespaços*. LabCom, Covilhã. Endeavor Brasil. (2015). *Uma espiada na grama do vizinho, ou: como fazer benchmarking*. Disponível em: <https://endeavor.org.br/benchmarking/>. Acesso em 14 abr. 2018
- Fernandes, L. D. A. S. (1999). *NetArt, A Internet como Exibição Artístico Alternativo ao Domínio Hegemônico e Globalizador do Sistema Artístico Institucional Mundial*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra - Portugal.
- Ferreira, G. (2010). *Revistas de Arte: Breve Panorama*. "DasArtes", [online] (09). Disponível em: <http://DasArtes.com/materias/revistas-de-arte-breve-panorama/> (Acesso em: 8 Jan. 2019).
- Ferrari, P. (2014). *Jornalismo Digital*, (1ª Ed.), São Paulo: Editora Contexto.
- Gianetti, C. (2006). *Estética Digital, Sintopia da arte, a ciência e a tecnologia*. C/Arte, Belo Horizonte. Brasil.
- Gibson, W. (2003). *Neuromancer*. São Paulo: Aleph
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A
- Gonçalves, F. N. (2010). *Poéticas políticas, políticas poéticas: comunicação e sociabilidade nos coletivos artísticos brasileiros*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.13, n.1, jan./abr.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph,

Jenkins, H., Green, J., Ford, S. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, Brasil. 408 p.

Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall.

Lemos, A. (1997). *Arte Eletrônica e Cibercultura*. *Revista Famecos*, nº 6, p. 21-31. Junho 1997. Porto Alegre, Brasil.

Lemos, A. (2008). *Cibercultura: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. 4ª Ed., Porto Alegre: Sulinas.

Lévy, P. (2000). *Cibercultura*. Ed.34. São Paulo: Editora 34.

Lopes, F. A. S. (2017). *Mídia, Arte e Tecnologia: Uma Reflexão Contemporânea*. *Comunicação e Sociedade*, vol. 31, 2017, pp. 287 – 298

Monteiro S. D. (2007). *O Ciberespaço: O Termo, a Definição e o Conceito*. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação - v.8 n.3 Jun/07*

Nakano, D. (2010). *A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música*. *Gest. Prod.*, São Carlos, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010 - São Paulo - Brasil

Nojosa, U. N.. (2007). *Da Rigidez do Texto à Fluidez do Hipertexto*. In P. Ferrari (Ed.), *Hipertexto Hipermídia: As Novas Ferramentas da Comunicação Digital*. (pp. 69 - 78), São Paulo, Brasil.

Paniz, J. Seligman, L. (2012). *Jornalismo e Mídias Sociais: Análise de Conteúdo do Facebook do Jornal de Santa Catarina*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Chapecó - SC, Brasil

Quinn, T. (s. d.). *Digital magazines: a history*. In: Magforum.com. Disponível em: <[http://www.magforum.com/digital\\_history.htm](http://www.magforum.com/digital_history.htm)> . Acesso em: 04/01/2019.

Ramos, C. da S. (2005) *Visualização cartográfica e cartografia multimídia: conceitos e tecnologias*. São Paulo: Editora UNESP.

Recuero, R. C. (2002) Comunidades virtuais - Uma abordagem teórica. Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação, no Grupo de Trabalho de Comunicação e Tecnologia das Mídias, promovido pela PUC/RS. Brasil.

Santaella, L. (2003). Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano, *Revista FAMECOS*, nº 22, Pag 23 - 33, Porto Alegre, Brasil

Scalzo, M. (2016). *Jornalismo de revista*. 4ª ed. São Paulo: Contexto, Brasil

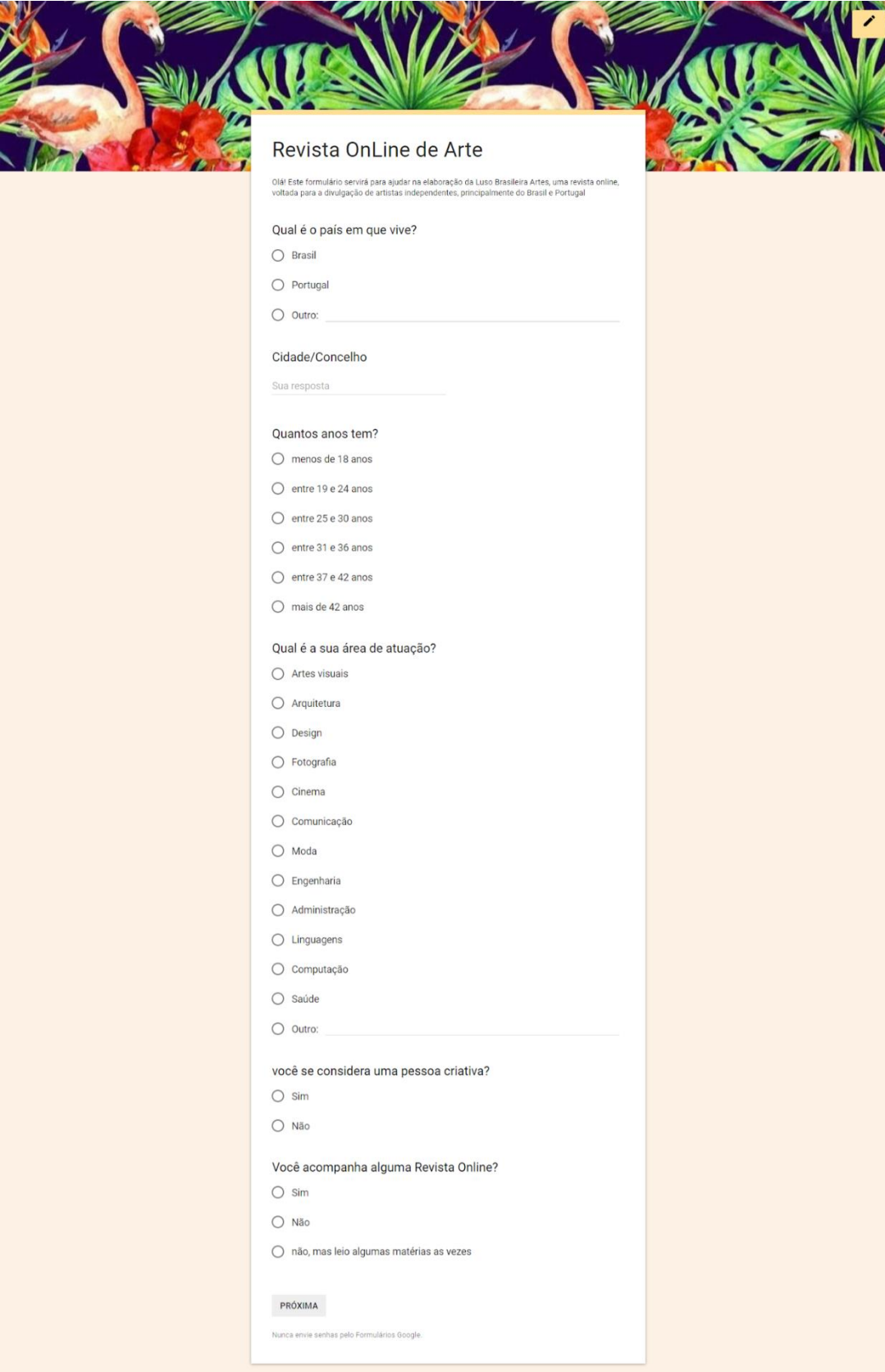
Simões, A. (2012). *Fair: Uma Plataforma para a Publicação Independente Em Portugal* (Dissertação de mestrado publicada no repositório da Universidade do Porto) Faculdade de Belas Artes da Universidade de Porto, Portugal.

Terra, C. F. (2008) *Blogs corporativos: modismo ou tendência?*. 1 ed. São Caetano do Sul. São Paulo: Difusão.

Wulfhorst, C. (2004). Transitando entre Folhas e Bytes a Expressão da Mídia Impressa e da Mídia Digital na Cultura e na Produção de Subjetividades, *Psicologia Ciência e Profissão*, 24 (4), 78-87

## ANEXOS

### Anexo 1 - Questionário para pesquisa de público potencial



**Revista OnLine de Arte**

Olá! Este formulário servirá para ajudar na elaboração da Luso Brasileira Artes, uma revista online, voltada para a divulgação de artistas independentes, principalmente do Brasil e Portugal

Qual é o país em que vive?

Brasil

Portugal

Outro: \_\_\_\_\_

Cidade/Concelho

Sua resposta \_\_\_\_\_

Quantos anos tem?

menos de 18 anos

entre 19 e 24 anos

entre 25 e 30 anos

entre 31 e 36 anos

entre 37 e 42 anos

mais de 42 anos

Qual é a sua área de atuação?

Artes visuais

Arquitetura

Design

Fotografia

Cinema

Comunicação

Moda

Engenharia

Administração

Linguagens

Computação

Saúde

Outro: \_\_\_\_\_

Você se considera uma pessoa criativa?

Sim

Não

Você acompanha alguma Revista Online?


Sim

Não

não, mas leio algumas matérias as vezes

**PRÓXIMA**

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.



## Revista OnLine de Arte

### Se acompanha

Qual a Área da revista que acompanha?

Artes

Design

Empreendedorismo/Administração

Moda

Tecnologia

Outro: \_\_\_\_\_

Qual revista acompanha?

Sua resposta \_\_\_\_\_

O que você acha importante ter no site de uma revista online?


Sua resposta \_\_\_\_\_

**VOLTAR** **PRÓXIMA**

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná [Denunciar abuso](#)

Google Formulários



## Revista OnLine de Arte

### Se lê artigos às vezes

Por que meio costuma aceder as revistas que lê?

Vou direto ao link

Newsletter ou email marketing

redes sociais

sites de busca (como o google)

Outro: \_\_\_\_\_

Quais revistas costuma aceder?


Sua resposta \_\_\_\_\_

**VOLTAR** **PRÓXIMA**

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná [Denunciar abuso](#)

Google Formulários



## Revista OnLine de Arte

**Se não acompanha**

Por quê?

- Não conheço nenhuma
- Não tenho interesse em nenhuma que conheço
- Sem tempo irmão
- Outro: \_\_\_\_\_

Se tivesse alguma revista com a temática do seu interesse e assinatura gratuita, você acompanharia?

- Sim
- Não
- Talvez

**VOLTAR** **PRÓXIMA**

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná. [Denunciar abuso](#)

Google Formulários



## Revista OnLine de Arte

### Seção sem título

Num Geral, você gosta de artes?

Sim

Não

Quais tipos de arte despertam mais seu interesse?

Pintura

Ilustração

Cinema

Fotografia

Musica

Performance

Teatro

Arte Urbana

Dança

Escultura

Literatura

Arte Digital

Moda

Outro: \_\_\_\_\_

Você acha importante a divulgação de arte independente e/ou local?

Sim

Não

Você acha que na sua região há meios de divulgações suficientes para artistas independentes?

Sim

Não

Você acha que uma revista online dedicada a arte independente pode contribuir para o fortalecimento da cena artística na sua região?

Sim

Não

Talvez

Quais meios de comunicação virtual você mais utiliza?

Facebook

Instagram

Snapchat

Twitter

YouTube

Pinterest

email


whatsapp


Outro: \_\_\_\_\_

## Anexo 02 - Página Inicial do website da LusoBra Artes

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Clique nos sites aqui: [Conteúdos](#)

Início [LusoBra Artes](#) [Conteúdos](#) [Espaço do Artista](#) [Apoiadores](#)






SEE MORE SHARE

1/38

Powered by ISSUU



Publicar foto



**LUSO  
BRA  
artes**


### SOBRE

A LusoBra artes é uma revista que se dedica à fomentar a cena de arte independente no Brasil e em Portugal. Queremos divulgar artistas independentes e contamos com conteúdos colaborativos. Se tem ou conhece algum trabalho interessante, manda pra gente!

Thayna Bressian

Set 22 - 4 min




**"A arte é uma necessidade espiritual." Confira nosso bate...**

4 visualizações · Escrito em colaboração

Thayna Bressian

Jul 10 - 2 min




**YourHandEyes: Críticas e pensamentos acerca arquitetura...**

1 visualização · Escrito em colaboração

Thayna Bressian

Set 10 - 2 min




**Conheça "Letters", o álbum-carta da banda Claraboia**

0 visualizações · Escrito em colaboração

Thayna Bressian

Jul 10 - 2 min



**Expressão artística através da auto-imagem: Conheça o...**

0 visualizações · Escrito em colaboração

### EI ARTISTA, MANDE SEU TRABALHO!

Nome  sobrenome


Email  link para rede social

Título do seu trabalho/projeto

Link para o seu trabalho

Breve descrição

Enviar



lusobrates@gmail.com [f](#) [t](#) [in](#)

©2020 by Thayna Bressian Proudly created with Wix.com

## Anexo 03 - Página de apresentação do website da *LusoBra Artes*

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **Wix.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)

Início [LusoBra Artes](#) [Conteúdos](#) [Espaço do Artista](#) [Apoiadores](#)

# QUEM SOMOS?

A *LusoBra Artes* é um veículo de comunicação que nasce da vontade de fomentar, reportar e incentivar a produção artística independente no Brasil e em Portugal. Com ela, queremos dar espaço midiático aos artistas que não se encaixam no senso comum e de maneira democrática incentivar a discussão e a visibilidade artística no espaço público. Estamos abertos a todo e qualquer tipo de arte e contamos com conteúdos colaborativos. Então, se tem ou conhece algum trabalho artístico que poderia estar aqui, manda pra gente!

## ESTATUTO EDITORIAL

A *LusoBra Artes* é um veículo de comunicação, de publicação independente que é compartilhada periodicamente e de forma virtual. É lançada no dia 12 de Outubro de 2019 e dirige-se a todos os que se interessam pelo panorama artístico e cultural luso-brasileiro.

A *LusoBra Artes* tem como objetivo pôr em psuta a arte independente para que ela e seus artistas sejam visíveis no espaço público. Para isso são produzidos, recebidos e publicados conteúdos informativos sobre artistas independentes e eventos culturais.

A *LusoBra Artes* está aberta a todo e qualquer tipo de arte, tendo publicações na área das artes plásticas, da fotografia, da gravura, da música, da moda, da literatura e por aí vai (penso que aqui é importante ressaltar apenas... desde que não violem os Leis portuguesas e brasileiras, bem como a boa fé dos leitores).

A *LusoBra Artes* publica textos de diversos autores que colaboram regularmente ou esporadicamente, sendo das mais diversas áreas de atuação.

A *LusoBra Artes* é uma publicação autônoma, sem qualquer dependência de natureza política, ideológica ou econômica.

A *LusoBra Artes* é o projeto de mostrado do Thyana Bressan, que encara também a função de Diretora Criativa, entendendo é um veículo de comunicação democrático, estando aberto à colaboração de quem quiser.



## UM GRITO PELA ARTE INDEPENDENTE.

Sou uma artista independente, ou pelo menos acredito nisso. Então quando me chega a proposta de estar em uma revista focada na arte independente, me sinto agradecida e levada a pensar, conceituar e verbalizar esse meu "ser artista", verbo e substantivo, dentro desse nosso atual mundo convulso. Independente de tais vantagens pessoais, creio de muita importância e gentileza esse debruçar-se sobre os fazeres artísticos que proclamam independências em seus universos pessoais e geográficos, como Portalegre e Curitiba.

A *LusoBra Artes* é uma ponte bacana, que nos apresenta uns aos outros, o que já é um ótimo começo. Vida longa à essa ponte!

- Katia Horn, artista plástica



Quando fotografo a natureza, ou melhor, na natureza, sinto-me livre... assim como que... independente. Deve ter sido por isso que fui convidado a participar da *LusoBra Artes*. Mas, pensando bem, o convite foi um erro. É que, afinal, até sou muito dependente. Dependente das imagens, das que fiz, das que não fiz (por qualquer razão), das que quero ou que posso fazer.

Por isso, na maior parte das vezes, dependo de uma máquina fotográfica. Sim porque, às vezes (raras), fotografo só com a mente. Registo na memória aquela imagem que devia ter fotografado se tivesse a máquina comigo.

Ultimamente a natureza, parece-me que se zangou. Tenho visto e "captado" rostos zangados, fantasmas maus. A flora, que tantas vezes me seduziu, transformou-se, "metamorfoeu-se-me" perante a leniz. Fiquei pendente.

- Raul Ladeira

[f](#) [@](#)

lusoibrarts@gmail.com [f](#) [t](#) [in](#)

©2019 by Thyana Bressan. Proudly created with Wix.com

## Anexo 04 - Página de conteúdos do website da *LusoBra Artes*

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Clique no botão abaixo para começar a usar.

Início LusoBra Artes Conteúdos Espaço do Artista Apoiadores

Todos os posts Artes Visuais Música Fotografia Design Cinema e Audiovisual Mais

**"A arte é uma necessidade espiritual."**  
Confira nosso bate-papo com Katia Horn, artista visual.

Katia Horn é um ser iluminado que respira arte. Ela é artista visual, trabalhando atualmente com gravura e litografia, mas não é de hoje que a sua produç...

Escreva um comentário

**Texas Indie lança seu mais novo single Out of Reach**

Texas Indie é uma banda caribenha que junta o que o norte sugere: Indie com Country, o que faz do seu trabalho, muito peculiar. Suas influências são visuais...

Escreva um comentário

**"Sem sentido, Sinfonia" de Vilalobos**

Vitor "Vilalobos" Vilalobos, baixista e compositor de música eletrônica lo-fi, tenta expressar sua personalidade em cada composição misturando...

Escreva um comentário

**A chave para uma boa refeição. Um conto das Crônicas Épicas por Hely Branco**

De ventos batiam vigorosamente enquanto a pequena casa viajava pelas marés ondulantes do Quarto Plano. Em meio aos afios, batidos e laborat...

Escreva um comentário

**As colagens vibrantes de Maria Fernanda Didiemo**

Maria Fernanda Didiemo é uma designer caribenha que iniciou suas aventuras com o colagem na graduação. Em entrevista, Didiemo afirma que descobriu sua paix...

Escreva um comentário

**YourHandEyes: Críticas e pensamentos acerca arquitetura, arte, filosofias e Gihad El Khouri**


Gihad El Khouri é a cabeça pensante por trás do projeto Your Hand Eyes, que propõe a transformação de poesias e filosofias em imagens. Para isso, o arte...

Escreva um comentário

**Conheça "Letters", o álbum-carta da banda Claraboia**

## Anexo 05 - Página “espaço do artista” do website da *LusoBra Artes*

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **Wix.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)

 [Início](#) [LusoBra Artes](#) [Conteúdos](#) [Espaço do Artista](#) [Apoiadores](#)

### EI ARTISTA, MANDE SEU TRABALHO!

Nome  área

Email  link para rede social

Título do seu trabalho/projeto

link para o seu trabalho


Breve descrição

[Enviar](#)

### O que tá faltando aqui?

Conta pra gente

[Enviar](#)



lusobrarts@gmail.com



©2019 by Thayna Bressan. Proudly created with Wix.com

## Anexo 06 - Página dos apoiadores da *LusoBra Artes*

Este site foi desenvolvido com o construtor de sites **WIX.com**. Crie seu site hoje. [Comece já](#)



[Início](#) [LusoBra Artes](#) [Conteúdos](#) [Espaço do Artista](#) [Apoiadores](#)

# QUEM SÃO NOSSOS APOIADORES?

### CAE de Portalegre



O CAE é o Centro de Artes e Espetáculos da cidade de Portalegre e consequentemente, é um de seus polos culturais. Ele foi inaugurado em Maio de 2006 e desde então tem recebido inúmeras atrações e atividades culturais. O Centro é responsável pela organização de eventos como o festival de música Quina das Beatas e o Portalegre Jazz Festival, que acontecem anualmente. Além disso, conta com uma programação vasta, sendo anfitrião de atividades culturais no espaço temporal de Setembro a Julho. O CAE é localizado no centro histórico da cidade e tem uma infraestrutura versátil, adaptável a diferentes tipos de atividades. Para conferir a programação e mais informações é possível acessar seu blog, suas redes sociais como o [instagram](#) e o [facebook](#), além do livreto oficial que pode ser obtido em alguns pontos de distribuição na cidade.

### Pátio da Casa Café Concerto

O Pátio da Casa é outro polo cultural da cidade de Portalegre, sendo a morada oficial da FICAR, associação dedicada à promoção da arte e da cultura local. Por esse motivo o café aconchegante traz em si uma programação de poket shows de músicos nacionais e internacionais, além de ter um espaço para a realização de exposições artísticas, que está sempre em funcionamento. A iniciativa veio da fada Dora Assis que, juntamente com seus amigos mais próximos iniciou a reforma de uma casa em ruínas para que ela pudesse ser o que se tornou hoje. A associação começou assim, com um grupo de amigos e atualmente conta com mais de 300 associados. Para acompanhar a programação e conhecer um pouco mais desse espaço único e original, siga-os no facebook pelo user @patiodacasa e no Instagram, pelo user @patio\_da\_casa.



### Loading Ideas

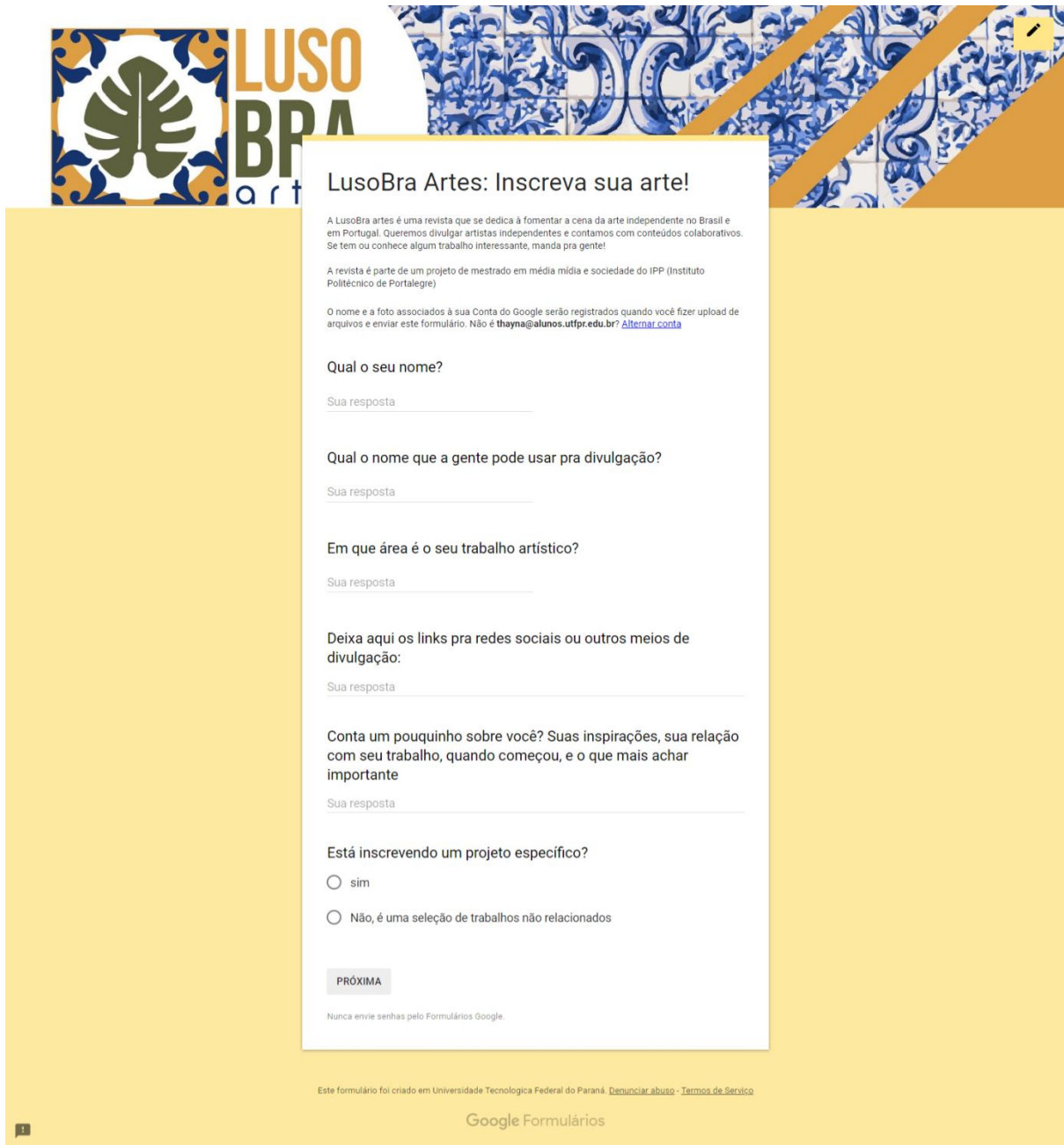


A Loading Ideas é uma agência de comunicação e Design sediada em Portalegre. Ela traz em seu repertório ideias inovadoras e criativas para seus clientes, além de apoiar projetos culturais como o nosso. A actividade da empresa centraliza-se na prestação de serviços, nas áreas de Design Gráfico, Web Design, Multimédia, Ilustração e produção de materiais gráficos, sendo mais direcionada para o tecido empresarial, entretanto não trabalha com isso exclusivamente. Para saber mais, acesse o site [loadingdesign.net](http://loadingdesign.net) e siga-os nas redes sociais Facebook e Instagram através do user @loading.ideas

[lusobrarts@gmail.com](mailto:lusobrarts@gmail.com)



©2019 by Thayna Bressan. Proudly created with Wix.com

**Anexo 07 - Printscreen do formulário de inscrição de conteúdos, parte inicial**

**LUSO BRA artes**

## LusoBra Artes: Inscreva sua arte!

A LusoBra artes é uma revista que se dedica à fomentar a cena da arte independente no Brasil e em Portugal. Queremos divulgar artistas independentes e contamos com conteúdos colaborativos. Se tem ou conhece algum trabalho interessante, manda pra gente!

A revista é parte de um projeto de mestrado em mídia e sociedade do IPP (Instituto Politécnico de Portalegre)

O nome e a foto associados à sua Conta do Google serão registrados quando você fizer upload de arquivos e enviar este formulário. Não é [thayna@alunos.utfpr.edu.br](mailto:thayna@alunos.utfpr.edu.br)? [Alternar conta](#)

**Qual o seu nome?**

Sua resposta \_\_\_\_\_

**Qual o nome que a gente pode usar pra divulgação?**

Sua resposta \_\_\_\_\_

**Em que área é o seu trabalho artístico?**

Sua resposta \_\_\_\_\_

**Deixa aqui os links pra redes sociais ou outros meios de divulgação:**

Sua resposta \_\_\_\_\_

**Conta um pouquinho sobre você? Suas inspirações, sua relação com seu trabalho, quando começou, e o que mais achar importante**

Sua resposta \_\_\_\_\_

**Está inscrevendo um projeto específico?**

sim

Não, é uma seleção de trabalhos não relacionados

**PRÓXIMA**

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#)

Google Formulários

## Anexo 08 - Printscreen do formulário de inscrição de conteúdos, projeto específico

**LusoBra Artes: Inscreva sua arte!**

O nome e a foto associados à sua Conta do Google serão registrados quando você fizer upload de arquivos e enviar este formulário. Não é [thayna@alunos.utpr.edu.br](mailto:thayna@alunos.utpr.edu.br)? [Alternar conta](#)

**Projeto**

Qual o nome do Projeto?

Sua resposta

Pode dar uma descrição dele pra gente? Qual o conceito? E as inspirações? Qual a sua intenção com ele? (Mínimo 1000 caracteres)

Sua resposta

Tem algum link para a divulgação do projeto? Manda pra gente?

Sua resposta

Manda os arquivos pra gente publicar!

[ADICIONAR ARQUIVO](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#)

Google Formulários

## Anexo 09 - Printscreen do formulário de inscrição de conteúdos, obras não relacionadas

**LusoBra Artes: Inscreva sua arte!**

O nome e a foto associados à sua Conta do Google serão registrados quando você fizer upload de arquivos e enviar este formulário. Não é [thayna@alunos.utpr.edu.br](mailto:thayna@alunos.utpr.edu.br)? [Alternar conta](#)

**Trabalhos num geral**

Da uma descrição do seu trabalho pra gente? O que você busca com seu trabalho? Quais são suas referências? seja livre para nos contar tudo que achar pertinente! (Mínimo 1000 caracteres)

Sua resposta

Manda os arquivos pra gente publicar!

[ADICIONAR ARQUIVO](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#)

Google Formulários

## Anexo 10 - Printscreen do formulário de inscrição de conteúdos, forma de contato

**LusoBra Artes: Inscreva sua arte!**

O nome e a foto associados à sua Conta do Google serão registrados quando você fizer upload de arquivos e enviar este formulário. Não é [thayna@alunos.utfpr.edu.br](mailto:thayna@alunos.utfpr.edu.br)? [Alternar conta](#)

**Muito Obrigada!**

Se puder, divulgue para mais artistas!

Deixe aqui uma forma de contato para lhe enviarmos a publicação, tirar dúvidas, etc.

Sua resposta

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Este formulário foi criado em Universidade Tecnológica Federal do Paraná. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#)

Google Formulários

## Anexo 11 - publicação no site de Release recebido via formulário

Autor Colaborador • Set 19 • 1 minutos para ler

"Sem sentindo, Sinfonia" de Vitaloki

Atualizado: Set 20



Vitor "Vitaloki" Vilasanchez, baixista e compositor de música eletrônica lo-fi, tenta expressar sua personalidade em cada composição misturando timbres, melodias e ritmos de gêneros variados da música eletrônica. Juntando referências como Beroshima, Isoleé, Mr Dizo e uma paixão por arpeggios, compõe músicas que buscam juntar a energia frenética do techno à melodia e leveza do house ou downtempo. Confira Vitor "Vitaloki" Vilasanchez no SoundCloud.

<https://soundcloud.com/vitor-vilasanchez>






## Anexo 14 - publicação no site de texto recebido via formulário


Autor Colaborador - Set 9 - Entusiasmo para ler

### PEIXES de Valeiko

Meu nome é Roberto Valeiko, tenho 19 anos, nasci e fui criado em Curitiba, no estado do Paraná. O nome que uso para assinar meu projeto artístico Valeiko vem do meu sobrenome por parte de pai. Produzo música de forma independente desde os meus quinze anos. Aprendi tudo sozinho, na internet, no primeiro ano do ensino médio. A vontade de produzir veio da necessidade de dar forma e com as letras, poesias, angústias e sentimentos que escrevia desde os treze anos de idade e que preenchiam cadernos frequentemente.

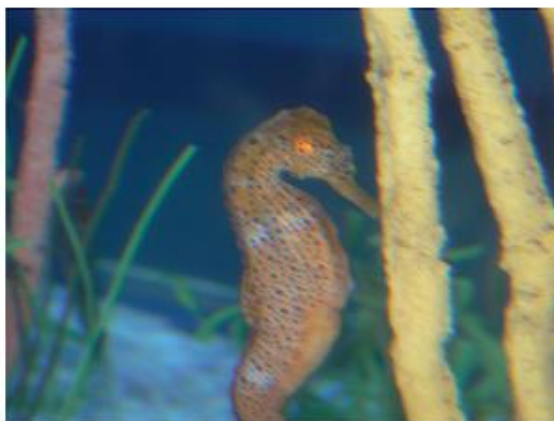


Quando comecei a produzir não tocava nenhum instrumento, apenas tinha meu computador. Era apaixonado por música eletrônica e experimental, e essa foi minha maior inspiração para começar a compor meu primeiro álbum.



Em 2018, após lançar meu segundo álbum de forma completamente independente, percebi que estava extremamente insatisfeito com o que estava produzindo. Estava acostumado a produzir músicas com vocais e letras em inglês porque, na minha cabeça, dessa forma, elas seriam mais acessíveis. Além disso, as letras nunca falavam sobre mim, mas sobre coisas sombrias e que não me representavam mais. Me sentia cada vez mais representado pelo cenário de música independente brasileiro e, assim, fui criando uma paixão por ele, e percebi que meu lugar era ali, sempre foi.

Comecei a escrever logo depois do lançamento de meu segundo álbum, em novembro de 2018, pela primeira vez, músicas sobre mim, sobre o que estava acontecendo comigo, sobre o que sentia, meus medos, angústias e, assim, o Peixes foi tomando forma. Percebi, deste modo, de que ele iria tratar. Sobre desconhecer o que você já foi para, então, se conhecer de volta.



Minha maior meta foi produzir algo que fosse mais acessível e menos experimental do que minhas outras músicas. Tinha o indie e o pop em mente em todo processo. Ele não possui instrumentos reais, todos são sintetizados, mas, em algumas músicas, tentei deixar tudo o mais orgânico possível, como o piano em "Desconhecer" (tocado com um teclado midi) e a harpa em "Desconhecer".



O Peixes foi inteiramente produzido, masterizado, mixado e gravado no meu quarto num período de 6 meses. Minhas maiores inspirações para esse álbum foram artistas nacionais independentes que tem total controle sobre seu processo criativo (na área de produção musical e/ou de composição), como Carnê Doce, Duda Beat, Jalco, Baobabins e o primeiro álbum do CSS (Cancel De Ser Sexy).

Confira o EP no Spotify, clicando [aqui](#).

- Roberto Vesilko



Musica

## Anexo 15 - publicação no site de Release recebido via formulário

Autor Colaborador · Ago 8 · 2 minutos para ler

### O som psicodélico de Didi Fiorucci & Os Viajantes do Tempo



Foto: Carlos Mazetto

Uma viagem pelo tempo e espaço do seu interior. O dia nasce aí dentro e lá fora. Carregamos bagagem mas o que vem a frente é o que importa, o que ainda virá a ser passado. Do mais calmo ao mais agitado. O que reflete e o que é falado. Do mais palpável ao intocável. O dia termina e o tempo parece nunca ter passado. Para além da escolha, o que foi e o que será já está determinado. Quem é você depois do que é falado?



A banda Didi Fiorucci & Os Viajantes do Tempo é Didi Fiorucci (Violão e voz), Frê Vidóvix (Sintetizadores), Érico (Bateria) e Heitor Schumann (Baixo). Natural de Curitiba, se formou no fim de 2017 tocando as composições de Didi Fiorucci. Desde lá entrou em processo de gravação do disco lançado em dezembro de 2018, 'A Manhã', que sintetiza e demonstra o trabalho da banda até então. O disco foi gravado pela própria banda, em home studios diferentes, produzido e mixado por Didi Fiorucci e masterizado por Frê Vidóvix. O lançamento é independente e é distribuído pela Tratore.

Se apresentou em diversos eventos em Curitiba e no estado do Paraná como: festival Rock On de Antonina, Poeme-se 5 e 6 (2017 e 2018), ExpoPalmeira 2018 e 2019, Rainbow fest 2k18, festival Pocket Cultural, lançamento do disco À Manhã no 92 graus. Trabalhando com influências diversas, desde a MPB, o Tropicalismo, o rock psicodélico, o post rock até pitadas mundiais de world fusion, a banda se propõe a um som reflexivo e expansivo, do tranquilo ao pesado, que trata de assuntos espirituais e universais. Questionamentos historicamente ligados ao ângulo do ser humano, como propósito e papel no mundo em relação à passagem do tempo e às mudanças da vida.



Para acompanhar o trabalho da banda, você pode segui-los no [Facebook](#) ou em outras plataformas como o [Spotify](#), [Deezer](#), [iTunes](#) e [Trotare](#)

[Texto por Didi Fiorucci](#)

## Anexo 16 - publicação no site de material recebido via formulário

Autores: [Gestor do site](#) • Jul 18 • 1 minuto para ler

### Coração foi Apenas um Cachorro de Rua: O Trabalho visceral de Jaguará

CORAÇÃO FOI UM VIA-LATA  
 ELE CORRIA NAS VIELAS DO MEU PEITO

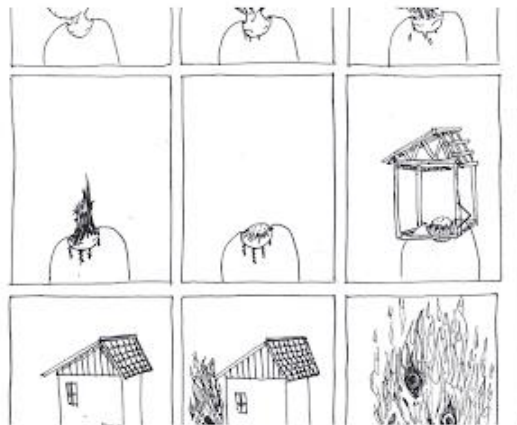
DESCUÍDADO QUE FUI DEIXEI ELE SOLTO  
 IRRESPONSÁVEL QUE FUI BATI OS OLHOS EM VOCE'  
 M BAREU ATROPELADO COMO TODO CÃO DE RUA

JAGUARA

Rodolfo Corrêa, mais conhecido como @jaguara.png, é um artista de Curitiba que utiliza seu trabalho artístico como forma de expressão. Mesclando nesse desenhos monocromáticos e frases poéticas ou rítmicas, transparece os reflexos das angústias presentes na existência humana. Sua arte traz à quem a observa uma sensação de devaneio lúcido e aborda principalmente situações do cotidiano e questões como existencialismo, erotismo, depressão e ansiedade.



Essa diversidade de temas é acompanhada de uma estética de sketch, o que traz ainda mais, além desses, uma sensação de proximidade com o artista, fortalecendo a forma visceral e melancólica de seu trabalho. Jaguará traz sempre um sentimento para quem vê suas obras, às vezes racional, às vezes rás, mas definitivamente humano.



Jaguará publica seus trabalhos no [Instagram](#) e no [Facebook](#), e pode ser encontrado pelo usuário @jaguara.png.

Texto da autoria de Rodolfo Correia e Rodolfo Egro.

### **Anexo 17 - texto recebido via formulário e publicado no website da *LusoBra Artes* A chave para uma boa refeição. Um conto das Crônicas Épicas por Hely Branco**

Os ventos bufavam vigorosamente enquanto a pequena caixa vagava pelas marés esdruxulantes do Quarto Plano. Em meio aos altos, baixos e laterais movimentos bruscos de sua morada, o velho barbado bradava:

- Não! Eu já disse que ou é uma carta da mesma cor ou com o mesmo número! Querem que eu desenhe de novo? - disse Willfarth para seus convidados.

- WOOOOOSH! WOO WOOOWI WOSH! - disse a primeira nuvem da esquerda.

- Wosh... WOSHIIIE WOOO! - disse a segunda nuvem de cima, enquanto largava suas cartas.

- Quer saber, tem razão. Me devolvam essas coisas e vão embora! - disse Willfarth pegando as cartas das mãos dos convidados enquanto os empurrava para fora da varanda. - Vão embora logo!

O mago então fechou a porta de sua torre enquanto lamentava a ideia de convidar elementais de vento para um jogo de Uno enquanto navegava pelo Quarto Plano.

Elementais são um tanto temperamentais nessa dimensão, ainda mais quando obrigados a jogar um jogo de azar sob completa e total desvantagem; além de só conseguirem diferenciar tons de infravermelho, não entendem o conceito de número ou de sentido horário, o que torna esse jogo particularmente desagradável, quem dirá impossível.

Após terminar sua xícara de chá, o ligeiramente irritado bruxo voltou a sala de controle para ver o progresso de sua jornada; ela já durava quase 35 minutos e sua paciência ainda mais curta que o normal estava praticamente esgotada. Felizmente já avistava o Maciço Glicogênico e a Grande Cadeira Melada, o que significava que estava praticamente nas portas da capital do Reino dos Doces. Puxou umas alavancas, apertou um bom número de botões coloridos e, para dar sorte, deu uma bela martelada no console principal.

- Vamos lá, as coisas aqui serão mais interessantes. Afinal de contas, sou velho conhecido da rincesa e ela me deve um bom número de favores. Se reconhecerem o meu rosto dessa vez, claro, não vejo como podemos ter problemas. - disse o mago para o monitor a sua frente, que o encarou com a inexpressividade de uma placa de aço polido. Depois de um tranco, uma leve vibração e um rangido queixoso da Torre em resposta ao pouso acelerado, ele estava lá. Então jogou alguns frascos tão coloridos quanto os botões dentro de sua abarrotada mochila, junto a sua toalha favorita, e subiu ao segundo andar. Abriu uma das janelas e olhou o esplendor do Reino dos Doces, em toda a sua açucareza e docência. Ou assim pensou antes de se deparar com o ramo de árvore praticamente colado a janela. Porém, sem hesitar por sequer um segundo, mordeu um dos galhos com a força de um leão atacando uma zebra particularmente gorda. O doce dos galhos e o azedo das folhas tomaram conta de seu paladar e lhe deram toda a certeza que precisava: estava no lugar certo e, acima de tudo, pronto para ação.

No instante seguinte estava em meio aos galhos, comendo seu caminho em direção ao chão. Certificou-se de trancar as portas e janelas e partiu rumo a cidade, certo de que sua Torre aguardaria por ali. Afinal de contas, tinha alimento do mais alto valor calórico em abundância e uma bela vista do lago de refrigerante que margeava a parte norte da cidade, tudo que uma torre pode querer numa terça-feira. Após uma breve caminhada, com uma ou duas paradas para degustação da fauna e flora local, chegou aos imensos portões. Não tardou para o maior dos dois guardas-de-bala levantar-se e proferir:

- Nem mais um passo forasteiro! O acesso a essa cidade é restrito apenas aos cidadãos desse glorioso Reino. Estranhos de carne e osso devem retirar-se imediatamente.

Willfarth olhou nos olhos da besta guardiã e buscou dentro de si a eloquência e magnificência digna de membros da realeza antes de falar. Afinal de contas, são poucos os forasteiros autorizados a entrar nesse reino, e ele tinha certeza que fora pelo menos dois deles em algum ponto da história. Contudo, acabou se perdendo em um raciocínio sobre cabras campestres e todas as complexidades de seu idioma, e acabou dizendo:

- Béeeeeé bé béeeeh.

- O que? Que espécie de saudação é essa, saco de entranhas não-doces?

- Horas, é a mais respeitosa e formal das saudações no antigo idioma caprino dos Campos Claros! E se não me engano, também o nome de um rochedo marmoráceo um tanto mal-humorado. E, claro, é o nome de um bar em uma das Luas de um dos planetas de Beta-Centauri, mas não saberei dizer qual. Quando se tem a minha idade e as minhas ocupações, usar sua memória é um tanto chato as vezes, especialmente a essa hora da manhã, entende?

- Sem enrolação saco de carne! Diga logo, qual seu propósito aqui?

- Calma, calma. Não há razões para perdas inesperadas de paciência por problemas de comunicação. Veja bem, eu sou amigo da Prin...

Nesse momento a conversa dos dois foi interrompida por um grito:

- E!! Parem esse pirulito azul peludo! Ele comeu metade do meu gato!

Willfarth virou-se e percebeu um confete com cerca de 1m de altura, segurando um gato de chocolate estranhamente familiar, com uma marca de mordida no meio de suas costas. “É, acho que parar para provar os doces novos foi uma péssima ideia.” pensou. “Nunca dá pra saber se eles estão vivos ou não por essas bandas. Ou se são o mascote de alguém.” Virando-se novamente para os guardas, agora com armas em mãos e um olhar sério demais para ser agradável, proferiu:

- Pois bem, vocês devem estar pensando que eu comi um pedaço daquele gato enquanto andava em direção aos portões. Pois certifico-lhes que estão com 100% de razão em fazer tal acusação, mas não vejo como isso é um motivo para me prenderem. Afinal de contas, OLHEM AQUELE CACTUS VOLANTI LÁ!

Enquanto todos se viraram para a direção apontada, o mago fez um sinal com as mãos e, antes que qualquer um pudesse perceber, passava por debaixo do portão, deixando um tronco com desenho tosco de seu rosto para trás. Correu até um beco próximo e, com outro bizarro sinal com as mãos, voltou a seu tamanho original.

- Ufa! Essa foi por pouco. Acho que o tronco aguentará a bronca até eu voltar, afinal ele é um ótimo ouvinte e imagino que não tenha muito o que fazer sendo um tronco.

Depois de situar-se, perder-se e vagar sem rumo por algum tempo, decidiu que desperdiçara tempo suficiente e usou o mapa que carregava para chegar à seu destino. Seguiu por entre becos e ruelas até chegar a uma porta pequena e suja, ao lado de uma placa que dizia “O Esgoto”. Bateu três vezes na porta e aguardou até que um par de olhos apareceu do outro lado da pequena portinhola, perguntando:

- Qual a senha?

- Senha? - perguntou Willfarth, com olhar de surpresa. - Que senha?

- A senha, horas. Como não sabe sobre a senha?

- Veja bem meu caro senhor açucarado, não fui informado de senha alguma. Tem certeza que existe, de fato, uma senha?

- Se eu tenho certeza? Eu sou o porteiro! É claro que eu tenho certeza que existe uma senha!

- Eu tenho minhas dúvidas, pois desconheço essa tal senha. Quando foi a última vez que conferiu a existência dessa senha?

- Foi hoje mesmo, pra sua informação. O chefe até ficou impressionado com a minha dedicação ao trabalho. Ele me promoveu a doce-porteiro sênior.

- Caramba, mesmo? Ok, estou impressionado. Deve ter sido um momento de muito orgulho.

- Foi sim. Fui até o escritório do chefe e perguntei se a senha ainda era a mesma, e se não iríamos trocar por algo com números pra ficar mais seguro.

- E o que o seu chefe achou dessa ideia?

- Ah, ele adorou, e achou que colocar um 2 no fim deixaria a coisa indecifrável. Depois ele me promoveu e me deu um adesivo. Um adesivo!

- Nossa, estou impressionado! Deve ser um adesivo incrível. É possível que eu veja esse adesivo?

- Ah, claro. Deixa eu abrir a porta aqui.

A porta foi aberta, e o mago entrou, satisfeito com o sucesso de seu plano. Depois de falar mais um pouco com o porteiro sobre o adesivo, sentou-se ao balcão, pediu uma caneca do melhor refrigerante do estabelecimento e aguardou. Minutos depois, uma figura encapuzada vestida de preto sentou-se ao seu lado.

- Foi seguido? - perguntou ao mago.

- Eu, seguido? Só pelas criaturas extra-planares tentando me matar pela última década. Mas não devem chegar aqui antes das 22h. Eles não são bons em navegação dimensional.

- Ok... Vou assumir isso como um não. Tem a mercadoria?

- Sim. Três frascos de corante mágico. Um verde, um amarelo e um vermelho. Tem a chave?

- Sim. - disse a figura, enquanto passava um papel de açúcar para Willfarth. - Esteja nesse local em duas horas para efetivar a transação. A figura levantou-se e saiu do bar, enquanto Willfarth prosseguiu para beber sua segunda caneca de refrigerante. "Agora é simples, só não arrumar problemas nos próximos 7.200 segundos." pensou. Mal terminou o último gole e dois pães doces se colocaram de pé atrás dele, acompanhados do porteiro.

- Sim, ele mesmo. Ele que elogiou o meu incrível adesivo. - disse o porteiro, com o entusiasmo de uma garotinha de 4 anos.

- Ok, agora volte para a porta. Senhor, temo que tenha que nos acompanhar para os fundos, o chefe quer vê-lo. - disse um dos pães doces.

“Ótimo, tudo que eu não precisava era que algo assim acontecesse. Bem, nem tudo é perfeito.” pensou o bruxo. Então esticou sua coluna, alongou o pescoço e virou-se para seus dois vigias.

- Então está com medo de que eu os acompanhe, é isso?

- Não. O que o fez pensar isso? - disse o pão doce enquanto abaixava seus óculos de sol, revelando um olhar perplexo.

- Horas, você disse que teme que devo acompanhá-lo. O que queria que eu pensasse? Que não tenho escolha a não ser não acompanhá-lo? Não, você obviamente disse que teme o ato por de fato estar com medo dele, não

- Bem... Eu não sei... Sim? Não? Bill, era pra eu estar com medo

- Eu... Eu não sei Bob. Eu não sei..

- Eu tinha tanta certeza até agora... Mas... Eu... Você..

- Calma, calma. Eu entendo que esse é um momento particularmente difícil. Ser um pão doce é algo complicado e exige muito esforço, mas eu posso ajudar. O melhor nessas horas é pensar, concordam?

- Sim.

- Aham, também acho.

- Ótimo. Então fiquem aqui e pensem. Enquanto isso eu vou lá fora pensar para vocês. Levar os pensamentos para darem uma volta, deixar eles tomarem um ar. Não acham uma boa ideia?

- Acho que sim.

- É, soa razoável.

- Ok, então vão pensando que eu vou lá pensar também. - disse Willfarth enquanto levantava-se e lentamente dirigia-se rumo a porta. Nesse momento uma rosquinha recheada apressadamente saiu dos fundos e juntou-se aos pães doces.

- Seus dois palermas, por que a demora? O chefe quer ver esse tal Doce de Carne de uma vez. Onde eles está?

- Ele disse que ia lá fora e...

- E vocês deixaram?

- Sim, ele disse que tínhamos problemas para resolver.

- E deixou a gente pensando.

- Pufh... - suspirou a rosquinha, colocando a mão sobre o rosto devido a enorme frustração que sentia no momento. - Por que eu ainda não demiti vocês?

- Porque somos seus sobrinhos e você prometeu pra nossa mãe que nos daria um emprego?

- Foi uma pergunta retórica seus idiotas. Vocês sequer sabem o que significa a palavra “retórica”?

Quer saber, não respondam. Só peguem o cara e tragam ele antes que meu dia fique ainda pior...

- Mas ele foi pensar pra nós lá fora.

- É! Ele está ajudando a gente! Ele foi levar os pensamentos para tomarem um ar enquanto pensamos aqui dentro.

- Ok, e vocês acreditaram nisso. Acreditaram em um completo estranho cuja captura foi ordenada

minutos antes e cuja justificativa para não ser detido não faz sentido. Muito bem, eu terei uma longa conversa com a mãe de vocês mais tarde... Olhem, só tragam ele para os fundos. Agora.

- Você quer dizer agora já ou depois que pensarmos?

- VÃO DE UMA VEZ!

Enquanto isso Willfarth dialogava com o porteiro, falhando em convencê-lo a guardar sua coleção de adesivos e abrir a porta. Não demorou até que o mago estivesse suspenso no ar, sendo carregado pelos pães doces rumo ao fundo. “É, acho que vou falar com esse tal chefe então. Não pode ser tão ruim.” pensou consigo mesmo enquanto era carregado para dentro de um pequeno escritório e colocado em uma banquetta em frente a uma pequena mesa.

- Podem nos deixar agora. - disse uma voz aguda e ligeiramente trêmula vinda da cadeira do outro lado da mesa.

Os guardas então deixaram o recinto. A cadeira virou-se, revelando uma pequena esfera verde do que parecia ser goma de mascar.

- Então nos encontramos de novo Doce de Carne. Foi muita coragem sua voltar a cidade.

- Doce de Carne? - disse Willfarth, um tanto confuso.

- Acha que eu esqueceria, Doce de Carne? Eu nunca esquecerei do que me fez! As cicatrizes, a perna perdida, as cócegas... Achou que mudar de aparência me enganaria? Ha ha ha ha! Pois eu vejo além da sua casca! Eu vejo seu recheio! Eu sei que debaixo dessa fantasia e desses pelos você é o mesmo doce que quase destruiu os meus negócios. Mas não acontecerá de novo!

- Olha aqui senhor chefe de alguma coisa, eu acho que temos um mal entendido em mãos. Veja bem, eu não sou um doce. Eu nem sou desse planeta, ou sequer desse sistema estelar.

- Bela tentativa Doce de Carne, mas não darei chances dessa vez. Minha negligência quase me custou tudo da última vez. E pensar que confiei em você. Deixei você entrar para a família, ser um de nós. Só para você nos vender para os Marshmallows. Mas minha paciência foi recompensada. Eu sabia que voltaria aqui!

- Deixe-me tentar de novo... Eu não sou um doce! Olha isso aqui, é uma barba. Ela sai da minha cara! Não é um enfeite açucarado! Acredite, se eu fosse de fato um doce, eu provavelmente contaria.

- Ha ha ha ha ha! Que tentativa patética de me ludibriar. Esperava mais de você, Doce de Carne. Nem parece o mesmo doce da última vez. Mas já perdi tempo demais. Homens, sabem o que fazer. Nesse momento três pães doces entraram na sala, portando bengalas de doce e fazendo as expressões mais ameaçadoras que conseguiam, embora fossem um tanto engraçadas e fofas por serem apenas doces. O maior deles então disse:

- Acho que já sabe o que acontece agora, certo?

- Sim, tenho uma boa noção. Acho que negociações não funcionarão da maneira convencional e conversativa. Ao que vejo, podemos fazer isso de duas formas. - disse Willfarth, apoiando seus cotovelos sobre a mesa. - Ou vocês admitem que me confundiram com alguém, me deixam sair daqui feliz pela porta e recebem apenas uma bela reclamação escrita do atendimento, ou será a velha estória do mago vs. minions, que todos sabemos que vai acabar mal para vocês. No sentido kaboonástico e dolorido, obviamente. O que será?

- Ha ha ha ha! Doce de Carne, você me faz rir. Definitivamente não sentirei falta disso.

Homens... - disse o chefe dos doces, enquanto estralava os dedos.

Antes mesmo que pudesse abaixar o braço, uma onda de choque tomou conta do recinto, arremessando o doce chefe e tudo mais em um raio de dois metros do mago contra as paredes. Willfarth levantou-se da cadeira, com as duas mãos com as palmas voltadas para cima cruzadas sobre seu estômago e disse:

- Estou disposto a parar por aqui. Se concordarem em devolver o meu dinheiro, vou fingir que nada aconteceu, ok? Nem vou reclamar da qualidade. O que acham?

- Maldito Doce de Carne! - gritou o chefe dos doces, enquanto levantava-se e sacava um picolé vermelho afiado. - Peguem ele!

- Sempre da maneira mais difícil. Esses vilões menores nunca aprendem...

Willfarth estendeu suas mãos para o lado e controladamente contraiu uma série de músculos no seu pescoço e barriga, alinhando perfeitamente a parte superior de seu sistema digestivo de forma a gerar o mesmo som que um didgeridoo. Então canalizou sua energia mágica no gás das duas canecas de refrigerantes que havia ingerido, posteriormente o soltando sob a forma um potente arrote explosivo com incrível capacidade destrutiva. A onda de choque foi forte a ponto de não só nocautear todos os presentes no bar, bem como destruir todas as estruturas móveis presentes e levantar uma espessa nuvem de poeira, fragmentos de vidro e madeira, e micropartículas de refrigerante.

- Magia gástrica, nunca me falhou! - bradou o velho barbado enquanto andava em meio aos corpos desacordados e restos de móveis pelo chão.

Ele saiu do estabelecimento, tomando todo o cuidado para não derrubar a porta da frente, ainda fixada por meia dobradiça na parede, e dirigiu-se ao ponto indicado no papel de açúcar que a misteriosa figura encapuzada entregara-lhe mais cedo. O local referido era o sonho de qualquer chocólatra: um parque, recheado de árvores de chocolate ao leite com folhas de chocolate meio amargo, bancos de chocolate branco e uma fonte de leite achocolatado. Sapos de chocolate com recheio de rum habitavam os arredores da fonte, e pássaros de chocolate com amêndoas podiam ser vistos dormindo nos galhos das árvores. Não havia sinal algum de qualquer pessoa, a não ser pela figura aguardando embaixo de um dos postes de luz. O bruxo aproximou-se, pôs-se lado a lado com o misterioso encapuzado e disse:

- Está com a chave?

- Sim. Está com a mercadoria?

Willfarth então retirou de sua bolsa as três garrafas coloridas que colocara mais cedo.

- Aqui estão. Três garrafas de corante mágico conforme pedido. Deixe-me ver a chave.

A figura retirou uma chave dourada do bolso e mostrou-a ao homem barbado.

- Primeiro os frascos, depois a chave.

- Como queira. - disse Willfarth, entregando os frascos.

O misterioso doce pegou os frascos, girou-os um a um contra a luz e guardou dois deles no bolso. Então pegou o terceiro, abriu e deu uma bela cheirada.

- Hum... O cheiro é diferente do que eu esperava. - disse.

- Bem, nunca é como esperamos. Sabe como são coisas mágicas, nunca pode-se esperar qualquer coisa concreta sem se desapontar ou surpreender, ou os dois. - nervosamente disse Willfarth, enquanto enxugava gotas de suor que formaram-se em sua testa. - Posso pegar minha chave agora?

- Claro, assim que eu testar isso. - disse a figura, aproximando-se da fonte.

- Espere, não vamos nos precipitar. Vai estragar a cor do leite e desperdiçar um produto inestimável. Não acha melhor guardar para depois?

- Por favor, algumas gotas não farão diferença. No mais, o que me garante que é o produto verdadeiro?

- Horas, eu sou um mago, não sou? Garanto que é da mais alta qualidade! Agora me dê a chave para eu sair correndo... Digo, voltar aos meus afazeres.

Antes que pudesse falar mais alguma coisa, o doce encapuzado jogou algumas gotas na fonte. Ambos ficaram imóveis, apenas sentindo o vento em seus rostos e ouvindo o barulho do leite fluindo na fonte, enquanto as ondas causadas pelas pequenas gotas dissipavam-se. Willfarth e a figura se entreolharam, e observaram o lago por vários segundos. E nada aconteceu.

- Espere um pouco... - disse o doce, jogando o resto do frasco na fonte.

O líquido colorido espalhou-se, não alterando em nada a cor, cheiro ou qualquer outra propriedade do leite achocolatado. Perplexo, abriu uma segunda garrafa e bebeu cerca de um terço de seu conteúdo. Então disse:

- Espera! Isso aqui é água colorida! - gritou, jogando violentamente o frasco no chão.

Ao virar-se em direção ao mago, percebeu que ele não estava parado, mas correndo o mais rápido que podia em direção a saída do parque com a chave, que supostamente não deveria estar com ele, em mãos.

- Mago trapaceiro! Volte aqui! - gritou o decepcionado doce, enquanto perseguia o intrépido idoso pelo parque.

Os dois continuaram a correr, saindo do parque e cruzando diversos becos, até chegarem ao muro da cidade. Sem ter pra onde fugir, Willfarth virou-se para seu perseguidor, agora acompanhado de pelo menos outros vinte doces impacientes.

- É esse cara. Ele roubou a minha chave!

- E explodiu o bar onde eu estava!

- E comeu um pedaço do meu gato!

- E é feio!

Willfarth viu-se encurralado, praticamente sem escapatória. Olhou para os lados, para baixo e para cima e teve uma brilhante ideia. Sacou sua toalha, semi-flexionou os joelhos e falou:

- Vejam bem, a coisa não é exatamente como estão pensando. Eu de fato roubei a sua chave e explodi o seu bar, o que é completamente punível pela lei do seu reino e me qualifica perfeitamente como criminoso. Também entrei ilegalmente por debaixo dos portões, jogando toda a culpa num pobre pedaço de tronco de árvore que passava o dia alegremente apreciando a vista do lago, o que me torna um criminoso um pouco pior. E não vamos nos esquecer que comi uma boa fração do seu gato de estimação, o que é mais uma falta de educação do que um crime, embora nas circunstâncias possa ser adicionado a minha lista de infrações. Mas o detalhe fundamental e importante de tudo isso é que TEM UM CACTUS VOLANTI ALI! Enquanto todos viravam-se na direção apontada, o excêntrico idoso passou por entre a multidão, subiu sobre uma pilha de caixas e saltou sobre seus perseguidores, jogando sua toalha como uma cela sobre o cacto que passava logo acima. Exatamente como tinha planejado, ela ficou presa à criatura, permitindo que pegasse uma carona para fora da cidade a bordo do vegetal. Após despedir-se do cacto voador, que descobriu chamar-se Giordano e ser entregador de sementes, entrou em sua Torre. Deixou sua mochila no porta-chapéus ao lado da entrada e dirigiu-se até a cozinha. Cuidadosamente retirou a chave de seu bolso e removeu a cobertura de alumínio dourado, revelando uma perfeita peça do mais puro chocolate amargo. Então colou-a sobre uma pilha de panquecas recém preparada sobre a mesa, onde prontamente derreteu, cobrindo quase

totalmente os discos de massa doce. Por fim, serviu-se uma xícara de chá, sentou-se e pôs-se a comer seu café da manhã.

FIM

Escrito por Hely Branco

Outubro de 2015

## **Anexo 18 - matéria elaborada com base nos materiais recebidos via formulário**

### **Grotesque Fleur: A Visualidade Fúnebre de Kimberly Alice**

Kimberly Alice é uma curitibana e estudante de artes visuais na Faculdade de Artes do Paraná. Ela iniciou sua produção artística ao entrar na graduação em 2016 e desde então, encontra-se em constante evolução. Suas obras têm forte influência da subcultura gótica e por esse motivo tendem a tomar, segundo a artista, uma visualidade fúnebre. Alice afirma que essa tonalidade obscura está presente desde o começo de sua produção, tendo em vista que, além da influência desse movimento social, ela também toma como inspiração filmes de terror e a literatura. Em suas obras, a artista retrata angústias pertinentes a existência humana, focando em temas como bipolaridade, dissociação e ansiedade, temas que segundo ela, são retratados muito naturalmente tendo em vista que usa a arte como uma catarse dos momentos de sua própria agonia. Visualmente, a artista também tem inspirações nas obras de artistas como Iberê Camargo e David Lynch.

“Acredito que minha produção resulta em trabalhos com uma aura romântica e caótica, simultaneamente.”

Nas suas pinturas, Alice usa de interrupções de cor e cores contrastantes, e também, rasuras na tela e interrupções na figura, o que traz para seu trabalho uma forte expressão das sensações intrínsecas nas temáticas que retrata. Fazendo com que haja uma forte representação da exteriorização de contextos como ansiedade, dor, depressão e mania.

Além de pinturas, colagens também fazem parte do acervo de Kimberly Alice. Nessa forma de expressão artística, a artista incorpora palavras em sua linguagem visual, fazendo em alguns casos, a exploração de jogos de significados entre elas, permitindo ao seu espectador livres e amplas formas de interpretação.

“Gosto de interagir materiais, rasuras, palavras, contrastes de cor e figuras para expressar a inconstância da mente e suas formas de linguagem.” - afirma.

Além disso, outras de suas obras trazem em si uma atmosfera burlesca, romântica, entretanto, sempre retratando temas relacionados a psiquê, em composições que exprimem diferentes estados psicológicos e a assimetria dos fluxos mentais. É possível acompanhar o trabalho da artista através do instagram, além do seu site, em que ela disponibiliza alguma das suas obras para visualização.

## Anexo 19 - matéria elaborada com base nos materiais recebidos via formulário

### YourHandEyes: Críticas e pensamentos acerca arquitetura, arte, filosofias e Gihad El Khouri

Gihad El Khouri é a cabeça pensante por trás do projeto Your Hand Eyes, que propõe a transformação de poesias e filosofias em imagens. Para isso, o artista e acadêmico utiliza-se de colagens digitais e analógicas, usando referências teóricas como Deleuze, Derrida, Foucault, Bergson e Nietzsche no questionamento acerca da subjetividade, do corpo, da disciplina e do espaço. Esses questionamentos são traduzidos na criação de imagens que misturam postos em preto e branco, originários de fotografias ou oriundos de obras clássicas com elementos gráficos em tons vibrantes, o que traz forte contraste para a estética do seu trabalho.



Segundo o artista, a intenção desse projeto é investigar poéticas possíveis em afeições, pensamentos e conceitos filosóficos, realizando uma tradução, ou um retorno à imagem e para isso ele realiza constantemente pesquisas imagéticas e textuais.

“Pesquisa visual é a maior vazão do meu trabalho atual, onde eu pesquiso poesias e filosofias a partir de imagens, majoritariamente em colagens digitais mas também a partir de colagens analógicas.”



Além de colagista, El Khouri é arquiteto e urbanista, sendo especialista em artes híbridas pela UTFPR e mestrando em teoria e crítica da arquitetura na UFRGS. Toda essa carga traz para o seu trabalho uma visão singular sobre espacialidade, arte e corpo, que é explicitada em seu trabalho. Além do Your Hand Eyes, o artista realizou outros projetos, como as instalações urbanas A.Corda que foi realizada pela primeira vez durante o 1º festival #vagaViva na cidade de Curitiba, a partir do questionamento sobre os espaços urbanos, buscando imergir o usuário com sua proposta material e artística; e a Des.Vestir que foi realizada no espaço de um container, utilizando-se de colagens padronizadas em manequins, em painéis além de cordas rosas tencionadas, na busca de uma reflexão sobre alguns elementos simbólicos da moda e sua relação com o espaço urbano.



A.Corda



Des.Vestir

Atualmente El Khouri se divide entre Curitiba e Rio Grande do Sul, no Brasil e mantém o *Your Hand Eyes* em construção. Para acompanhar o projeto, você pode segui-lo no *Instagram* onde o artista publica suas novas obras regularmente.

#### **Anexo 20 - matéria elaborada com base nos materiais recebidos via formulário**

#### **Vagantes com Propósito: O Ciberpunk autobiográfico nas HQs/bandas desenhadas de Vesúvio**

Gabriel Servat é um designer formado pela UFPR que assina suas publicações pelo nome de Vesúvio. O artista possui uma estética muito diversificada entre seus trabalhos, não possuindo uma plástica bem definida. Isso porque Vesúvio gosta e almeja a experimentação constante, dizendo que chega a se aproximar dos extremos no que diz respeito ao realismo e a abstração. No entanto, nas palavras dele, seu habitat é no meio do caminho entre esses, onde tem a liberdade de observar a realidade e alterá-la de acordo com como a enxerga.

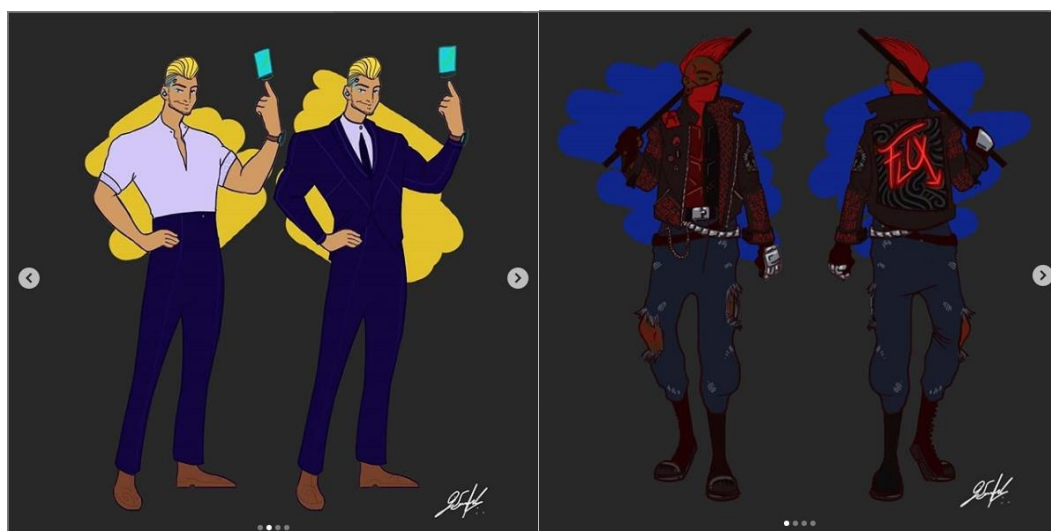
“Acredito no poder da imagem em comunicar de forma mais direta e sensível tanto conceitos abstratos, quanto sensações palpáveis.” - afirma.



Em *Vagantes com Propósito* - sua Graphic Novel em constante construção - isso fica evidente, tendo em vista que segundo o artista, ela já sofreu inúmeras metamorfoses desde sua primeira edição e que esse processo se dá, às vezes, de modo gradativo e outras, de forma abrupta. Vesúvio afirma que a ideia inicial da graphic novel veio do seu trabalho de conclusão de curso e que essa se encontra em evolução, tendo previsão para o lançamento de outros volumes. A obra segue uma linha de ficção autobiográfica, onde o autor narra seu cotidiano entre amigos num contexto futurista e cyberpunk, abordando alguns problemas sociais da contemporaneidade.

“O cenário é uma cidade sem nome num futuro Cyberpunk, high tech, low life. Os problemas sociais são inflamados, as angústias da juventude transbordadas, os anseios por se viver uma vida simples e natural meramente sonhos.”

Vesúvio retrata em *Vagantes com Propósito* uma cidade distópica em que a tecnologia impera gerando desigualdade social. Tudo que é ecológico e naturalista é ilegal. Há, entretanto, quem vá contra esse sistema, como as donas de brechó clandestinos, que se aventuram em lugares inóspitos para fazer seus garimpos.



Outro elemento forte presente na história é o ciclismo, que é visto como forma de resistência contra esse sistema em que a vida humana é inteiramente monitorada por computadores. Sendo assim, nas palavras do autor “enquanto os jovens dos andares superiores se preocupam com a competição canibalista do livre mercado e com sua influência digital, nos andares inferiores a juventude luta como pode para ter dignidade.”

A graphic novel conta com quase 40 páginas e Vesúvio planeja disponibilizá-la para download online em pouco tempo, nas palavras do artista “por um preço bem camarada, afinal, não há gastos com impressão. Sintam-se à vontade para experimentar esse rolê comigo, e os muitos outros que virão.” Confira as primeiras páginas a seguir.

Você pode acompanhar o trabalho do artista pelo *Instagram* (hiperlink), onde, além das atualizações sobre a graphic novel, o artista publica outros trabalhos como as tirinhas com as aventuras de Adão, o primeiro ancestral humano que fez uso de plantas psicotrópicas.

## **Anexo 21 - matéria elaborada com base nos materiais recebidos via formulário**

### **Sobre Ser Natureza: O Sagrado Feminino nas lentes de Raquel Maia**

Em seu projeto fotográfico Sobre Ser Natureza, a fotógrafa, brasileira e historiadora Raquel Maia representa as essências femininas em harmonia com a natureza, retratando mulheres e buscando trazer para suas modelos “a (re)conexão delas consigo e com (su)as naturezas.” A fotógrafa afirma fazer isso “através do sentir da grandeza de ser mulher e das diversas formas que envolvem o verbo ser.”

Dessa forma, a artista traz nesse projeto a personificação das vivências e expressões de diversos arquétipos como os que foram citados pela fotógrafa, o da Mulher Selvagem - explanado na bibliografia da psicóloga Clarissa Pinkola Estés -, o da grande mãe, da mulher Artemis, da curandeira, entre outras.



Simbiose. Retratada: Débora Arau

Além disso, Maia incorpora ao seu trabalho noções do sagrado feminino, sendo esse um trabalho que flerta com múltiplas religiosidades, como a Umbanda religião centenária que formou-se no Brasil, juntando o Candomblé - religião de matriz africana - à influência católica que é oriunda de Portugal.

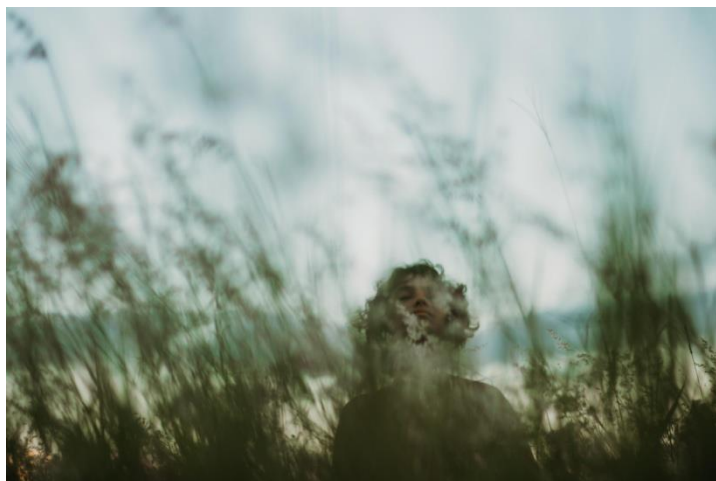
“Retrato o encontro com as essências femininas e feministas através do sentir da grandeza de ser mulher e das diversas formas que envolvem o verbo ser.”



Saudação e entrega à Oxum. Retratada: Franciele Rayane.

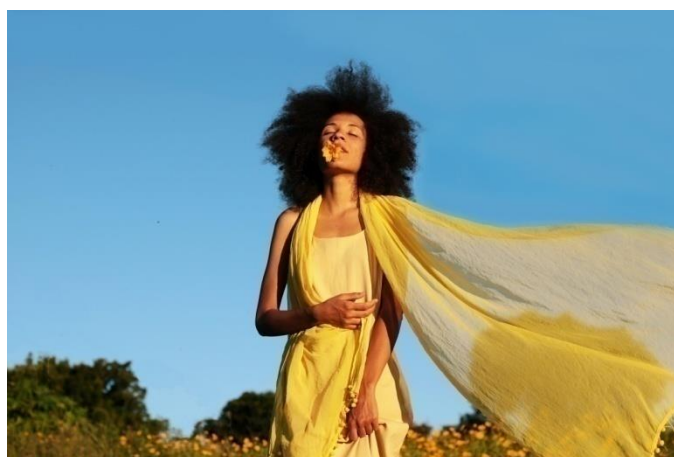
Essa retratação de múltiplas religiosidades em conexão com a feminilidade e a natureza traz ao trabalho de Maia uma aura mística. Segundo a artista, essa aura é proposital já que a fotógrafa entende que a misticidade é um dos aspectos pertencentes à subjetividade identitária da mulher.

Maia busca com esse projeto justamente a retratação disso, da feminilidade selvagem, natural, tendo em vista que essa é - segundo a artista - cotidianamente reprimida, sufocada, escondida ou desconhecida.



Maria, Maria, é um dom, uma certa magia, uma força que nos alerta. Retratada: Nahayanna Sorgon

“ Assim, esses trabalhos de fotografia pretendem retomar e fazer ressurgir atributos que muitas vezes nos são ocultados na experiência real do dia-a-dia, considerando que a realidade diária da mulher é de luta e resistência dentro de um sistema de produção de vida capitalista, patriarcal, misógino, racista, LGBTfóbico etc. Dentro dessa perspectiva, nosso ser tende a ser marginalizado. É nesse sentido que meus trabalhos com a fotografia pretendem valorizar e materializar o real-subjetivo que resiste-existe dentro-fora de cada mulher retratada.” afirma.



A liberdade é uma construção diária. E procurá-la, é instintivo. Tornar-se livre. Retratada: Clarissa Souza.

Esse projeto traduz o pensar fotográfico de Maia, que atualmente é voltado para o resgate da conexão do ser humano com o natural, chamando atenção para os ciclos naturais da vida. “Hoje defino o meu trabalho como um tipo de fotografia terapêutica, que se propõe a perceber e a tocar na pessoa retratada o seu lado sobre ser natureza, se entendendo como parte de seus ciclos, de nascimento e renascimento. Que é vida e morte, na transformação do tempo e da realidade. E assim me relaciono com a vontade de retratar

e em certa medida também narrar algo das gentes, o (in)visível de um momento que se materializa dentro, fora, transpassando por nós.” - afirma.

Veja um pouco mais do trabalho de Raquel Maia em seu site ou o *Instagram*. A fotógrafa atua no Brasil, nos estados do Paraná, Santa Catarina e Minas Gerais e está aberta a contato, parcerias e também disponibiliza orçamentos pelo email [raquelmaiaarvelosfotografia@gmail.com](mailto:raquelmaiaarvelosfotografia@gmail.com) e/ou tel: +55 45 99146 5177.

## **Anexo 22 - matéria elaborada com base nos materiais recebidos via formulário**

### **Texas Indie lança seu mais novo single Out of Reach**



Texas Indie é uma banda curitibana que junta o que o nome sugere: Indie com Country, o que faz do seu trabalho, muito peculiar. Suas influências são vastas, passando por *Hot Chili Peppers*, *Queens of the Stone Age*, *The Raconteurs*, etc. No single de estreia *Out of Reach* a banda começa a expor seu lado mais autoral, fortalecendo sua identidade. É possível encontrar o single nas plataformas *Spotify*, *Deezer* e *Apple Music* e se ficou um gostinho de quero mais, á pode encontrar também as outras músicas do álbum, além disso nas redes sociais *Instagram* e *Facebook*, pelo user *@texasindiecwb*, onde a banda divulga e compartilha horários e datas dos shows.

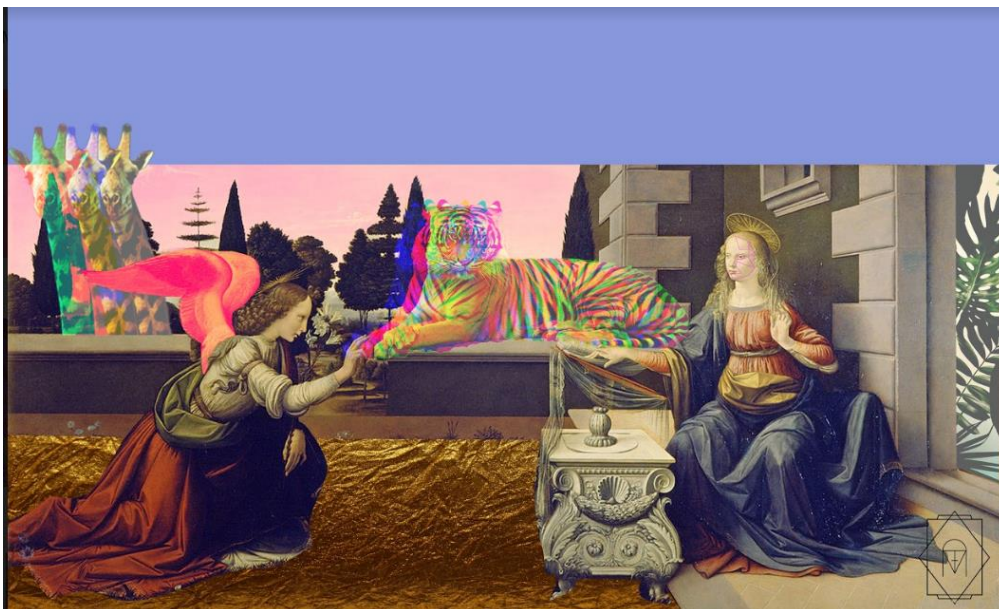
## **Anexo 23 - matéria elaborada com base em entrevista**

### **As colagens vibrantes de Maria Fernanda Dídimo**

Maria Fernanda Dídimo é uma designer curitibana que iniciou suas aventuras com o colagismo na graduação. Em entrevista, Dídimo afirma que descobriu sua paixão por essa forma de expressão artística quando começou a estudar sobre manipulação de imagem, usando a colagem como forma de explorar ferramentas de softwares de tratamento de imagem, o que traz para esse seu trabalho inicial uma forte vertente de experimentalismo. Em suas obras, a artista busca a mistura entre elementos de arte clássica e elementos gráficos, além de ter a presença marcante de fotografias e desenhos de animais. Dídimo revelou ainda que também trabalha com fotografia e que já embutiu em algumas de suas colagens, fotografias de sua autoria.

A artista afirma que prefere fazer suas colagens digitalmente, já que, segundo ela, as facilidades e possibilidades de exploração imagética no meio digital é imensa, se comparado com a analógica. Mas não só para fazer suas colagens que Dídimo refugia-se nesse espaço do digital. Afinal, segundo ela, foi lá que ela buscou a inspiração pra muito de seus trabalhos, sem no entanto se limitar somente a esse tipo de inspiração. A artista descreve seu processo de criação como algo muito espontâneo, muitas vezes fruto de uma inspiração súbita e que encontrou na colagem o meio perfeito para demonstrar seus impulsos artísticos, usando-a inclusive como forma de externalizar sentimentos como a ansiedade, os medos e até mesmo as motivações que possui.

“Eu nunca gostei muito de desenhar a mão, de pintar nem nada, mas eu gosto de arte, eu gosto de me expressar artisticamente e é a maneira que eu encontro que me dá mais prazer.”



Atualmente, a designer mantém em paralelo um projeto em que mistura as suas colagens com moda, fazendo bolsas e pochetes que são estampadas com suas imagens emblemáticas. A artista diz que essa iniciativa aconteceu numa tentativa de dar mais visibilidade ao seu trabalho, tanto pelo fato de esse não estar mais unicamente restrito ao espaço virtual, quanto pela necessidade de trazer sua arte para o cotidiano das pessoas.

“Queria me aproximar mais o público das colagens, ir além do campo da internet. Costumo dizer que a internet é uma enxurrada de imagens, então queria escapar desse ambiente. Queria que uma colagem que passei muito tempo pensando e criando, fosse analisada de maneira mais profunda e porque não, fazer parte do dia a dia desse público.” - afirma

Dídimo é a artista autora da nossa primeira capa, que foi feita exclusivamente para nós, esbanjando sua estética cativa num vendaval luso-brasileiro. Para conhecer mais do trabalho da colagista, você pode segui-la no *Instagram* e no *Behance*, além de seguir a sua marca de acessórios, a Maria Dorada.

## **Anexo 24 - Transcrição da entrevista realizada com a designer Maria Fernanda Didimo**

### **1 - Então, você pode começar dizendo um pouquinho sobre você? Nome, idade, de onde é, onde mora, o que estuda...**

Maria Fernanda, 22 anos, nascida em Curitiba, formada em design gráfico pela UTFPR em 2018. Atualmente tenho uma marca de bolsas e pochetes feitas a mão estampadas com algumas das minhas colagens digitais

### **2 - Por que você escolheu design?**

o meu maior sonho era fazer arquitetura ou design de interiores e quando eu descobri que tinha design bacharelado na UTFPR eu me inscrevi, no terceirão né, só que eu não passei, dai passei em design gráfico dai eu falei 'ah, tudo bem, vamos ver o que tem nesse curso' bem na loca né. Daí eu entrei e não sabia nada de nada só que eu me apaixonei pela área, então acabei escolhendo meio que na sorte, na tentativa e erro. Mas eu amei muito a área, eu comecei a fazer as colagens depois que eu comecei a fazer design gráfico e eu me apaixonei muito assim, por tudo, por toda essa área do design gráfico

### **3 - Quando começou a fazer as colagens?**

Eu comecei a fazer as colagens em 2016 quando estava aprendendo a mexer no photoshop e eu comecei a fazer mais pra descobrir mesmo as funções do programa e o que que fazia cada coisa, como... quais eram os resultados de cada ferramenta e ia ficando aquelas coisas bem diferentes e eu comecei a gostar muito e hoje eu faço porque eu gosto muito dessa expressão artística. Eu nunca gostei muito de desenhar a mão, de pintar nem nada, mas eu gosto de arte, eu gosto de me expressar artisticamente e é a maneira que eu encontro que me dá mais prazer

### **4 - Quais são suas maiores influências/referências na colagem?**

Bom, quando eu comecei a criar as colagens eu não tinha muito uma inspiração específica de um artista específico. Eu costumava passar muito tempo no pinterest olhando colagens e acabava não ligando as obras a uma pessoa específica. Então eu via aquela enchurrada de referencias ao mesmo tempo e acabava não pegando um artista específico, mas depois de um tempo, eu descobri pelo instagram tres artistas que até hoje eu gosto muito do trabalho deles e eu acho assim um trabalho muito inspirador que é o do Pedro Necoí, ele é brasileiro e tem umas referencias muito legais assim e tipo ele gosta muito de cultura japonesa e umas coisas assim, consideradas tabu hoje em dia por diversos motivos mas enfim, ele trabalha com pornografia homossexual também nas colagens, brincando com outros elementos obviamente, né, não só sobre isso. Tem a Sara Shaquil que não é do Brasil, ela

tem umas coisas maravilhosas e ela gosta muito de glitter e brilhos e alguns temas feministas e eu acho muito lindo o trabalho que ela faz e o Poucorux, ele nasceu em Budapeste, mas mora aqui no Brasil e ele não trabalha com colagens “ao pé da letra”, ele monta cenários muito surreais pras fotografias dele, trabalha muito com cores neon, trabalha com uma especie de ambiente de sonho ludico tipo, eu acho muito lindo o jeito que ele mistura cores que poderiam até ser consideradas violentas, ao meu ver né, a gente pode interpretar arte de várias maneiras. Eu gosto muito porque é muito, é não é colagem ao pé da letra mas tem um conceito de colagem que ele faz

### **5 - Você pode me falar um pouco mais sobre o seu processo criativo?**

O meu processo criativo eu não sei se tem alguma coisa de específico ou muito diferente dos outros processos que a gente ouve, mas eu tenho muito tempo que eu não consigo criar nada. Tem muitas horas que assim, eu nem tenho vontade de pegar no computador pra criar e passa assim essa época sem ideia e sem inspiração pra nada e as vezes eu passo assim umas 3, 4, 5 colagens seguidas uma da outra. E eu tenho algumas ideias aleatórias no meio do dia quando eu não to né, sentada no computador fazendo e eu tento anotar em algum lugar pra não esquecer, mas poucas vezes eu volto nas minhas anotações pra fazer o que eu pensei, mas as vezes eu só tenho uma ideia muito louca que eu gostaria de produzir e depois eu esqueço e... quando eu olho muitas colagens eu também acabo me inspirando um pouco. Mas eu não sei muito especificamente detalhar qual seria os passos que eu tomo pra isso. Quando bate aquela vontade eu só sento e faço e eu acabo muitas vezes não tratando de um tema específico e fica uma coisa mto abstrata mesmo e nem eu sei explicar direito, mas é mais ou menos isso

### **6 - Quais são as colagens que você fez que você mais gosta? Pode falar um pouco sobre elas?**

Bom, eu não tenho uma preferência, tipo um ranking de qual eu mais gosto ou que eu menos gosto, tem várias que eu detesto mas uma favorita assim, eu não tenho. Tenho algumas então vou começar com essa tipo, não é a que eu mais amo entre todas mas é a mais antiga que eu fiz com os anjos do Rafael Sanzio no quadro da Madonna Sistina. É a primeira colagem deles fui num fundo bem pink, chamativo com uma cruz em neon amarelo deitada em cima dai tem a releitura que eu fiz dessa colagem foi os mesmo anjos dai com um fundo diferente, eram montanhas vermelhas, azuis e um quadriculado também e eu coloquei auras neles que eu comecei a usar depois de um tempo então nessa releitura eu ja estava usando mais essas auras. Dai quando eu fiz meu TCC eu descobri que um colagista muito famoso, cartwiter o nome, também fez uma colagem usando eles, então eu acho que a proximidade com esses elementos e depois descobri aleatoriamente porque eu nunca

tinha nem ouvido falar dele até fazer o TCC, descobri que ele também tinha trabalhado com eles o que acabou fazendo com que eu me afeiçoasse muito a essas colagens. Não sei exatamente a data dessa primeira colagem, mas sei que foi uma das primeiras que eu fiz. É, tem uma outra que eu acho muito engraçada a história de como eu fiz ela, não MUITO engraçada mas enfim, eu tava no meu primeiro estágio e era meio parado lá, não tinha muita coisa pra fazer então quando não tinha ninguém olhando, eu fazia colagens e foi uma das colagens mais bonitas que eu acho que fiz porque eu consegui trabalhar com

A Anunciação o DaVinci e eu acho muito lindo aquele quadro, daí eu misturei alguns elementos que eu fui compondo na minha cabeça e fui compondo na hora ali no photoshop, foi se encaixando, é, trabalhei um pouco com algumas plantas, um chão dourado, um papel dourado amassado, coloquei umas asas no anjo pink, fui viajando completamente e o resultado ficou muito bom eu acho. Eu gostei muito, me agradou muito, esteticamente falando mesmo. Eu tava entediada, irritada, não gostava de ficar lá mais e eu ficava com dor de cabeça durante a tarde e foi uma coisa que ficou muito bonita depois de um momento muito estressante meu, então é uma que eu gosto muito e lembro muito bem da história do momento que eu fiz. Teve uma outra que eu também trabalhei com elementos desse quadro que foi pra um desafio pro adobe project treat award, eu acho que eles até não tem mais o site de maneira como era antes, mas era uma plataforma pra artistas do mundo inteiro participarem desses desafios e enviarem suas obras com base em alguns requisitos tipo, eu criei essa colagem em alguns dos desafios que era adicionar personagens a uma cena ou local que você visitou ou visitava muito e fotografou e adicionar personagens e explicar a história desses personagens, contar um pouquinho melhor sobre ele e nessa época eu tava muito ansiosa e eu quis trabalhar com os elementos da ... com o anjo e com a maria da anunciação do DaVinci porque eu gosto muito do trabalho dele e de outros pintores renascentistas e eu quis mostrar como eu me sinto. A fotografia que eu usei como fundo foi num dos lugares do museu oscar nye mayer que eu tirei, eu tinha essas fotos já meio antigas, então eu reaproveitei e eu adicionei 3 tigres pretos e brancos no meio dessa foto representando meus medos e os motivos pelos quais eu ficava ansiosa e eu coloquei o anjo e a maria nas laterais como uma lembrança das coisas pelas quais eu tenho que me acalmar e ver a vida de uma outra perspectiva não tão ansiosa ou não com tanto medo assim, é, coisas que me fazem feliz e uma dessas coisas é a arte e é entender melhor quais são os processos, quais eram os motivos pelos quais os pintores renascentistas faziam as coisas do jeito que eles faziam e quais eram as crenças deles, quais eram as técnicas, os resultados que eles obtiam, é um assunto que sempre me interessou muito então foi uma maneira de participar do desafio, claro, e também de por essa minha ansiedade e os motivos pelos quais eu não preciso ficar tão ansiosa ou eu vejo como coisas que me

acalmam assim. Foi um jeito de expressar literalmente o que eu sinto e conseguir explicar o que eu fiz não só tipo ah eu fiz e nao sei muito bem o motivo

### **7 - Você tem trabalhos de colagem digital, certo? você também trabalha com colagens em papel?**

Eu nunca pensei em fazer uma colagem em papel como uma manifestação artística, nunca tive essa urgência dentro de mim assim, quando bem mais nova com a minha prima a gente se juntava e fazia colagens em papel, mas era uma brincadeira, então a gente realmente só tava se divertindo e passando o tempo, mas hoje eu não consigo porque acabo me sentindo um pouco travada, que eu tenho que dedicar muito tempo só procurando uma imagem, recortando, pensando muito bem antes de aplicar a cola e deixar ali. Eu sou muito volátil, então minha opinião sobre as colagens muda muito então até eu chegar na final eu mudei muitas vezes os elementos de lugar, eu coloquei muitas cores, eu tirei muitas cores, efeitos e demora de mais pra eu chegar em algo que goste então pra eu fazer uma colagem manual, eu não ia conseguir porque talvez eu colasse tudo e me arrependesse e dai não ia poder trocar de lugar e tem muita coisa na colagem manual que voce não pode fazer tipo uma das coisas que eu mais gosto de fazer que é colocar alguma cor, alguma textura, mexer na opacidade e mudar no efeito que ela tem na mesclagem, ou diferença ou sobreposição ou cor mesmo, colocar um quadrado preto e colocar cor, deixar preto e branco, colorido, isso é muito difícil de fazer na colagem manual né, eu teria que ter canetinhas, tintas, glitter a disposição e é uma coisa que eu não tenho paciência, não consigo, então não trabalho com colagens em papel.

### **8 - Você diria que a tecnologia influencia no seu trabalho? Como?**

Essa pergunta é um pouco complicada porque eu não posso dizer que sem a tecnologia eu não teria o meu trabalho porque não tem como saber né se eu iria atrás de fazer colagens a mão, mas sim, porque quando eu brinco muito com aqueles efeitos que eu ja disse anteriormente fica muito mais fácil fazer com o computador, com o photoshop porque é muito mais rápido, instantâneo e a mão seria muito mais complicado e influencia muito também porque é de onde, assim eu vejo pelo pinterest, videoclipe, vejo uma fotografia, então tudo isso eu acabo vendo por causa né, da tecnologia no geral, celular, internet, computador, televisão, influencia muito porque dá muitas ideias, abre muitas portas pra mundos muito mais imaginários do que o mundo real, palpável do dia a dia que é tudo, principalmente em curitiba, que é tudo cinza, que as pessoas tão sempre mal humoradas e o onibus ta sempre lotado e a gente tá sempre correndo, então isso acaba ficando um pouco... eu sei que tem outras maneiras da gente se inspirar mas eu não pego muito, infelizmente outras maneiras. Eu escuto muita musica, pelo celular, spotify. Eu acho que tá

tudo muito conectado sim, mas eu não posso dizer que sem a tecnologia eu não faria nada, mas ela influencia de mais sim porque ela acaba mostrando muitas referências que na nossa rotina a gente acaba despercebendo, acaba passando batido uma conexão na hora que poderia ter feito

### **9 - Você tem algum projeto artístico que gostaria de compartilhar?**

não sei se é um projeto artístico bem dito, porém comecei a costurar bolsas e pochetes no fim de 2018, com as colagens como estampas. queria me aproximar mais do público das colagens, ir além do campo da internet (costumo dizer que a internet é uma enxurrada de imagens, então queria escapar desse ambiente, pois ao meu ver acaba sendo difícil prender a atenção do espectador que tem muitas fontes de distração). queria que uma colagem que passei muito tempo pensando e criando, fosse analisada de maneira mais profunda e porque não, fazer parte do dia a dia desse público. Como me interessei muito pela moda também, foi uma maneira de entrar um pouco nesse campo com ideias próprias sobre materiais, acabamentos, mix de elementos etc. Acho que é um outro lado meu que ainda tem muito a ser explorado.

### **10 - Você costuma divulgar seu trabalho das colagens? Como é a sua relação com isso?**

Eu costumava divulgar mais, eu tenho uma página no *Facebook* mas ela tá bem parada e no *Instagram* eu tinha também e agora é a página da marca e era só ali pela internet mesmo, pelas redes sociais, mas eu não sei se era utilizada de uma maneira errada as ferramentas, mas eu não via muito retorno do público. Eram sempre as mesmas pessoas que viam que eram as mesmas que estavam ali no meu grupo de amigos. Algumas vezes acabei divulgando em bazares mas não foi muito também, dentro da faculdade, as vezes organizado pelo pessoal da faculdade mas fora, não foram muitos. Agora eu parei porque to tentando divulgar mais a marca que é uma coisa que as pessoas acabam consumindo mais e me dá um retorno financeiro maior, porque eu não costumava fazer colagens por encomenda, nem nunca ninguém chegou a me pedir, mas acabei parando um pouco também de divulgar por esse pouco retorno que tinha, foi me desanimando um pouco então agora se eu faço uma colagem eu acabo já imprimindo e tentando colocar numa bolsa, ou numa pochete pra divulgar assim, dessa maneira. Eu acho que a partir de agora é mais assim que eu vou divulgar.

## **12 - Você acha que há possibilidades a serem exploradas para a divulgação de artistas independentes no ciberespaço?**

Eu com certeza acho que há muitas possibilidades a serem exploradas no ciberespaço pra artistas independentes e eu acho que quando a gente se conecta com as outras pessoas e com pessoas do nosso ramo, do nosso nicho ou que gostam muito disso e consomem e que também produzem, existe muita possibilidade e é muito legal e eu sei que acabei falhando um pouco nisso, mas assim, eu imagino que existem maneiras de você driblar o próprio sistema de entrega do facebook ou do *Instagram* sem ser aquele que você se rende e acaba pagando né. Eu nunca fui uma pessoa muito sociável ou com muitos amigos ou que faz amigos muito rápido então eu acabei realmente não fazendo parte de coletivos, ou se eu fiz parte foi por pouco tempo e acabei não me unindo muito com outros artistas em projetos grandes, em projetos que misturam várias áreas, sabe, tipo filme, audio, fotografia... Eu sei que existe sim essas possibilidades e que nossa, a internet é uma coisa louca né, você pode tentar de tudo basicamente. As vezes também essa infinidade de possibilidades acaba dando uma assustada em quem vai fazer, mas acho que sim, existem projetos muito bacanas que juntam muitas ideias e juntam muitas maneiras diferentes de pensar arte e que funcionam

### **Anexo 25 - matéria elaborada com base em entrevista**

#### **“A arte é uma necessidade espiritual.” Confira o trabalho de Katia Horn**

Katia Horn é um ser iluminado que respira arte e atualmente, se dedica às artes visuais. Entretanto, não é de hoje que a artista desenvolve sua produção artística. Horn já trabalhou com diversas formas de expressão artística ao longo de seus 53 anos, desde ilustração, pintura, teatro, performance, dança e por aí vai. Nas palavras dela, a arte marca a sua vida desde criança e ela sempre teve a necessidade de se expressar artisticamente, o que se fortaleceu como escolha de caminho a seguir quando entrou na faculdade de artes no Mato Grosso do Sul, aos 19 anos. Em entrevista, Horn afirma que sempre foi uma artista multifacetada, não obstante que tenha tendências maiores para as artes visuais e que após muitos anos trabalhando com teatro - como atriz, figurinista e cenógrafa - resolveu retomar sua produção enquanto artista plástica, explorando a gravura e a linoleogravura, técnicas que anteriormente não eram tão exploradas em seus trabalhos.

“ A arte é uma necessidade espiritual num primeiro momento, de evolução. Acho que é uma busca, então eu estou sempre buscando

esse processo evolutivo, porque a arte é o meu lado mais sensível, então é meu lado mais espiritual.” - afirmou

Atualmente, a artista está desenvolvendo a Carimba, um de seus últimos projetos que consiste num jogo de três matrizes de desenho esculpidas em madeira, para que seu público possa também compor obras a partir de suas matrizes de gravura. Segundo a artista “por mais simples que ele pareça, porque é só um joguinho de carimbos, pra mim é um exercício, ao invés de vender a gravura, eu to passando a vender também a matriz, a democratizar essa matriz e multiplicar as possibilidades que essa matriz teria se ela fosse só minha. E ai então surgem outras gravuras minhas que não sou eu que to fazendo.” Para saber mais sobre a vida e a obra da artista, você pode conferir o bate-papo completo no nosso site, além de segui-la no *Instagram* pelo nome de usuário @artekatihorn onde ela publica suas obras frequentemente.

## **Anexo 26 - Transcrição da entrevista realizada com a artista plástica Katia Horn**

### **1 - Pode começar falando um pouco sobre você? Um pouco a sua história, formação, de onde veio, onde está, para onde vai?**

Bom, meu nome é Katia Horn, eu nasci em Santa Catarina em 24 de outubro de 1965, to indo pros 54 anos. Eu morei em Curitiba até os 19 e então eu saí e fui pro Mato Grosso do Sul, Dourados, onde vivia um tio meu. Lá eu fiz uma faculdade de educação artística, então a minha formação é em arte educação. Eu exerço de alguma forma, mas foquei mesmo no meu trabalho artístico, né? Não virei uma professora concursada. Eu me formei lá e vim pra Curitiba no final dos anos 80, comezinho dos 90. Então desde o começo dos anos 90 eu to aqui em Curitiba, trabalhando aqui, fazendo cursos, encontrando pessoas, tendo experiências novas e buscando sempre novas formas de expressão. Sou muito curiosa e estou sempre buscando coisas não dentro do sistema formal. Tanto que eu não fiz mestrado, nem pós graduação. Eu não segui nessa educação formal, mas eu sou estudiosa no sentido geral.

### **2 - E como que foi esse início da sua vida artística, teve um marco que foi o início da sua produção artística ou foi algo que sempre esteve em você?**

Eu desde criança sou artista, desde criança eu era desenhista, era a figura que desenhava pra todo mundo na sala de aula, eu vivia desenhando, vivia atrás de imagens, construindo coisas... transformando objetos, transformando coisas, cortando, dobrando, fazendo teatro. Era uma necessidade de expressão que eu sempre tive, desde criança, e a partir do instante que eu fui pra faculdade de artes, ai foi meio que... talvez isso seja um

marco né, da opção mesmo, de direção, de escolha pro meu trabalho artístico. Mas sempre tava lá desenhando, pintando, antes de ir pra faculdade eu já experimentava as tintas e de alguma forma produzindo arte, então eu acho que é uma opção de vida mesmo, desde o princípio foi assim.

### **3 - Qual é a sua visão sobre a arte? Pode contar um pouquinho pra gente?**

O que é a arte? bom é uma pergunta muito complexa né? Mas a arte eu acho que é a necessidade de expressar o espírito, mesmo. A arte é uma necessidade espiritual num primeiro momento, de evolução. Acho que é uma busca, então eu estou sempre buscando esse processo evolutivo, porque a arte é o meu lado mais sensível, então é meu lado mais espiritual. Porque eu estou lidando com vibrações mais finas, então é um caminho de espiritualização mesmo, de... É através da matéria, acontece através da matéria, dessa vibração material: ou das artes visuais ou da música, ou do teatro, de todas as maneiras que a gente tem condições de se expressar enquanto ser humano né? E eu acho que essa divisão entre a “vida real” e a arte não deveria existir, assim. Porque a arte pra mim é uma forma de ser, é uma forma de agir, de estar no mundo. Então a arte de viver, seria a expressão primeira do que é a arte. É nesse caminho que a gente tá indo aí. A arte pra mim é instrumento para que a gente evolua. E ai tem outras tantas definições do que é arte, do que vem a ser, né? mas eu acho que no sentido geral, é isso.

### **4 - Qual a forma de expressão artística que você considera mais forte na sua vida?**

Essa também é um pouco difícil porque eu sou uma figura muito múltipla, eu gosto de agir em várias vertentes. Eu sou artista visual, mas também me relaciono com a poesia, eu também me relaciono com a música, com o teatro, com a expressão corporal, de alguma forma com a dança... Mas eu acho que as artes visuais são a minha fonte primeira de expressão então... eu gosto muito, se eu não pudesse fazer outras coisas, tivesse que optar, eu ia querer ficar com os meus materiaizinhos de desenho, de pintura, de gravura, de construção plástica, porque eu não ia conseguir ficar sem ter esses canais de expressão, o desenho, a pintura, a mandala, né? essas coisas todas que eu faço.

### **5 - Quais são suas inspirações quando você vai desenvolver um trabalho artístico? Você busca referências... é uma coisa mais espontânea... Pode contar um pouquinho de como funciona o seu processo criativo?**

Eu sou muito experimentadeira né? Eu gosto de estar sempre experimentando técnicas novas, materiais novos, mas as vezes tem coisas que me inspiram e que me levam pra produção, uma imagem que eu vejo, estou sempre pesquisando, eu vejo muita coisa na

internet, a gente tem a internet hoje que é essa fonte inesgotável de informação, mas as vezes é uma relação com a natureza, uma relação com um olhar, com uma musica, tudo pode me inspirar e me levar pra um caminho criativo. Mas eu também tenho essa coisa, se eu me disponibilizo a produzir, sento em frente ao material e as coisas vem, então eu não preciso ter, necessariamente, uma iluminação de alguma coisa que me inspire, eu já tenho muito exercicio de produção né? Então as vezes em simplesmente sento e deixo a coisa vir. Faço um pouco o processo inverso assim, não vou na direção de uma inspiração mas deixo que a inspiração se apodere de mim

**6 - Tem algum projeto ou série de trabalhos que foi mais marcante pra você? Pode nos contar um pouquinho mais sobre ele?**

Eu não consigo achar um mais especial, eu fiz muitas coisas bem bacanas que eu curti muito fazer. E sempre dentro de cada projeto eu tava dando o que tinha de mais bacana naquele momento né, num geral. Eu sempre me envolvo muito com o que eu faço e com o trabalho que tá saindo. Naquele momento ele é o melhor que podia ser, então rola essa coisa passional né? de eu me apaixonar pelo trabalho que eu to fazendo e de eu me colocar inteira nessa produção. Então nesse momento em que eu to produzindo, em que eu to fazendo, esse negócio é que é o melhor de todos. Na minha história tem muitos trabalhos muito efêmeros no sentido de que se materializaram enquanto objeto artístico e depois escorreram pelos dedos das mãos, assim, então não sobrou uma coisa concreta, uma coisa palpável daquele trabalho. O que sobrou foi a sensação de ter feito, a sensação de ter presenciado, de ter experienciado o processo. Normalmente é assim que as coisas acontecem pra mim, então eu não sei te dizer qual o melhor.

**7 - Tem algum projeto específico que você gostaria de compartilhar na *LusoBra Artes*?**

Olha, as coisas vão acontecendo assim, às vezes elas parecem bobinhas, pequenas, mas carregam uma importância simbólica, uma força expressiva. Eu por exemplo, voltei pras artes visuais depois de ter ficado um bom tempo da minha vida focada em outras áreas, trabalhando no teatro, trabalhando como cenógrafa, como figurinista... eu fiz muito isso, aproveitei as minhas habilidades manuais e plásticas pra construir objetos de cena, pra participar de movimentos de construção cênica, não só como parte da equipe de criação de um espetáculo, mas também atuando. Eu também fiz esse trabalho e faço esse trabalho como atriz. Mas eu retomei há uns 3 ou 4 anos esse meu exercício de construção plástica, das artes visuais, o desenho, a pintura a gravura e essas coisas todas me dão um prazer muito grande, lidar com as cores, com as linhas, com a composição, a imagem, isso é tudo muito prazeroso e necessário prá mim. Então eu retomei esse trabalho né e resolvi fazer

gravura que é um negócio que eu sempre quis experimentar mais.. Tinha feito na escola e depois não continuei , mas por gostar muito dessa arte que se multiplica, então eu comecei um trabalho com linoleogravura e ai fui brincando com essa coisa de escavar uma matriz, segui experimentando e comecei a fazer em borrachas escolares pequenos carimbos. Isso é um trabalho muito prazeroso e até por isso, virou uma coisa meio obsessiva, eu fiz uns 300, 400 carimbos.... porque com esses carimbos eu vou compondo imagens, mandalas principalmente que são formas que me interessam muito. Eu gosto muito de mandalas, sempre tive essa relação, desde muito jovem, fiz muito kirigami, esse exercício de dobrar, recortar papel e quando você abre, você tem sempre uma mandala diferente. Eu gosto muito disso.

Então achei essa brincadeira com carimbos tão divertida, achei muito divertido compor coisas com eles, porque as possibilidades são infinitas. Então eu resolvi fazer uns joguinhos desses carimbos, escolher tres de cada uma dessas pequenas matrizes e reproduzir a laser, porque hoje a gente tem essas possibilidades de reprodução, essas tantas formas de impressão. Então eu desenvolvi esse pequeno produto que eu chamo de Carimba, que é um jogo com três carimbos, e a imagem na embalagem é uma mandala feita a partir dessas 3 matrizes além de algumas outras ideias do que você pode fazer com elas, como faixas decorativas, pequenos objetos, flores, mandalas, molduras. Então por mais simples que ele pareça, porque é só um joguinho de carimbos, mas pra mim é um exercício, ao invés de vender a gravura, como normalmente se faz, como normalmente fazem os gravuristas né? Eles fazem uma matriz, e vendem a gravura. Eu to passando a vender também a matriz, a democratizar essa matriz, né, tornar essa matriz pública, e multiplicar as possibilidades que essa matriz teria se ela fosse só minha. E ai então surgem outras gravuras minhas que não sou eu que to fazendo, entende? É uma multiplicação que extrapolou o que eu pensava em relação à gravura, assim, do quanto eu podia multiplicar o meu trabalho e de nesse processo ele ganhar uma continuidade que eu já nem tenho mais controle, que qualquer um pode inventar à sua maneira.

#### **8 - Conta pra gente um pouquinho da sua visão sobre o cenário da arte independente?**

Nossa, olha, tudo mudou demais né? nos últimos anos pra cá desde o advento da internet tudo virou outra coisa, porque até antes disso a gente tinha uma noção mais simplista das coisas que estavam acontecendo em torno porque a gente tinha as informações que vinham da cena artística. Essa cena se organizava, se manifestava e conversava com a cidade através da própria atuação, do fazer artístico e através dos meios de comunicação formais que a gente tinha. Então a gente não tinha tanta possibilidade de interação com o mundo como a gente tem hoje. Tanto pra receber quanto pra produzir, né, pra receber do mundo e

entregar pro mundo. E nesse meio tempo a gente também não tem mais uma cena pequena né? A cena antes era local, agora é global. E aí ela se manifesta de todas as maneiras possíveis, em todos os lugares possíveis e então eu acho completamente maluco (risos) tentar entender como é que isso é, ou poder dizer o que eu to achando desse cenário. Então as minhas relações com artistas, elas deixaram de ser só as relações dos meus contatos diretos né, que são as pessoas que eu vou encontrar na minha construção de vida que principalmente tem sido em Curitiba, eu tenho estado muito aqui, centrei a minha produção aqui e tenho viajado e mostrado meu trabalho muito pouco lá fora, tenho feito isso muito regionalmente, até por uma opção, por uma certa preguiça, não sei. Mas então a minha relação além de ser com as pessoas que eu encontro presencialmente, tem essa infinidade de artistas com suas produções criativas através da rede. O fazer artístico, a comercialização e divulgação da arte mudou completamente. Eu tenho amigos que dizem que a arte está morrendo, porque ainda estão apegados às formas e espaços que existiam antes e veem que não é mais a mesma coisa. Eu acho que a maneira de produzir arte está se reformulando nesse processo e percebo também que no nosso caso aqui Curitiba, Brasil, politicamente a gente tá sentindo a perda de muitos espaços de atuação espaços de colocação do trabalho, porque o estado nesse momento não quer saber de arte ou de cultura, ou educação. O estado que tá estabelecido aí, os políticos que se apoderaram desse estado, não estão interessados nisso. Então a gente também tem que pensar outras formas de agir dentro da sociedade como artista, buscando esse espaço, para mostrar o trabalho, para fazer ele acontecer. Porque as vezes é preciso um apoio economico pra executar uma obra né? tem obras que se resolvem mais fácil, , se eu quiser fazer carimbo de borracha eu dou um jeito, é um material barato, eu faço um trabalho que vai se realizar na minha mão, porque os recursos são minimos. Mas quem vai fazer um espetáculo de teatro, quem quer fazer um filme, uma grande exposição, coisas necessárias e potentes, com condição de atingir um maior numero de pessoas, precisa de financiamento, né? Esse financiamento que o estado de alguma forma já fez, parece que tá sendo extinto aqui. O financiamento da arte é vital porque é uma das necessidades do ser humano como a educação, a saúde, a segurança... Não sabemos onde esse cenário politico vai nos levar, mas vivemos um momento de muita instabilidade. Então tá tudo se reestruturando. Mas ao mesmo tempo em que muitas portas se fecham, novas oportunidades se abrem, se estivermos prontos para elas. Eu sinto que tem espaço, se eu quiser ficar aqui em Curitiba, daqui pro mundo, se eu quiser avançar pra onde eu for, eu vou ter oportunidades de fazer o meu trabalho e de me manifestar como meu espírito pede, pela necessidade que eu tenho disso.

## **Anexo 27 - matéria elaborada com base em entrevista**

**“A arte pra mim é a comunicação”:** Raul Ladeira nos recebe em seu atelier, confira a obra e a vida do artista.

Raul Ladeira é um designer, fotógrafo e artista plástico da cidade de Portalegre. Ele recebeu a nossa redação em seu atelier e em entrevista revelou que se considera um fotodesigner. Isso porque seu trabalho enquanto fotógrafo tem muitos referenciais de elementos gráficos e que, quando necessário, faz fotografias para inserir em seus trabalhos como designer. Ladeira expôs também que além desses trabalhos fotográficos voltados para o design, ele também tem seus projetos pessoais que vão de encontro a arte.

Nesses projetos mais artísticos e pessoais, o fotógrafo traz muito das artes plásticas, sobretudo da pintura, que é a sua primeira formação e tem apreço pela materialização de suas imagens, ampliando-as através de processos digitais ou analógicos em materiais diversos que vão além do papel fotográfico, como painéis e telas em *Fine Art*.

“Eu gosto de confundir um pouco quem vê uma exposição porque a minha fotografia puxa muito pela pintura... Há determinados materiais, como a tela, que dão esse ar de trabalho plástico pra fotografia e agrada-me porque eu vim da pintura”

Raul começou sua produção artística ainda muito jovem, quando entrou para o liceu (ensino médio no Brasil) e conta que caiu no mundo das artes por acaso. O fotógrafo expõe que após o 25 de Abril o ensino mudou em Portugal e sua educação a partir daí começou a ser muito experimental. Quando chegou ao nono ano, com 14 anos, se inscreveu em Jornalismo porque desde aquela época já tinha apreço pela fotografia e almejava ser fotojornalista, entretanto em Portalegre não houve inscritos suficientes, o que o levou a se inscrever no curso técnico de arte e design que também ofertava a disciplina de fotografia. Foi um tiro no escuro para Ladeira que acabou resultando bem, já que, nas suas palavras “eu arte sabia o que era, agora design? não.” Depois de acabar o liceu, o fotógrafo foi para a faculdade de Belas Artes e a partir de então começou a dar aulas e workshops de comunicação visual.

Na visão do artista, as artes e a comunicação são muito intrínsecas, sendo que a diferença entre esses fatores está na forma e no que se comunica. Para o fotógrafo, a arte é a comunicação dos sentimentos e pensamentos mais profundos através de diferentes formas de expressões artísticas.

“A arte pra mim é a comunicação, uma pessoa comunica ao fazer qualquer trabalho estético, desde que haja quem veja, quem oiça... A arte é uma palavra bonita e eu gosto imenso dela.”

Um de seus últimos projetos é o “Antropomorfismos”, que segundo Ladeira, começou como um trabalho irônico que foi ao longo do tempo criando diferentes perspectivas. A série de fotografias consiste no resgate visual de elementos da natureza que se assemelham ao corpo humano e animal, na estética singular da fotografia analógica, pendendo às vezes para o humor, às vezes para o divino. O fotógrafo revelou que tem a pretensão de transformar o projeto em livro, mas que não tem pressa. Ao falar desse projeto, afirmou que gosta de compor com as formas da natureza e que essa questão dela se assemelhar ao corpo humano e animal pode não ser tão explícita. “Por isso que é interessante a fotografia. A fotografia é reprodução do real? não é. Cada pessoa vê a sua coisa.” - Afirma.

## **Anexo 28 - Transcrição da entrevista realizada com o fotodesigner Raul Ladeira**

### **1 - pode começar falando um pouco sobre você? Nome, idade, formação, de onde veio, onde está para onde vai?**

O nome que eu utilizo é Raul Ladeira, o nome mesmo é mais comprido, mas não adianta falar, as pessoas conhecem-me por esse nome. Comecei a minha instrução no mundo das artes pela pintura, pela banda desenhada... depois ainda novo eu descobri o design e a fotografia, mais ou menos ao mesmo tempo. E então a minha atividade principal é o design de comunicação e os audiovisuais. Utilizo muito a fotografia nos trabalhos gráficos que faço. a certa altura alguém perguntava numa reunião de designers onde é que eu me situava e eu disse que era fotodesigner. Por que? porque as fotografias que faço tem uma carga muito gráfica, é, dá a ideia que as vezes estou a fazer a fotografia e já mais tarde a preparo para poder utilizar como a capa de um livro, num cartaz etc. É um pouco inconsciente, mas acontece muitas vezes e quando preciso como designer de imagens, tenho muitas imagens minhas, não recorro a bancos de imagens e nem preciso recorrer a fotógrafos e quando amigos meus precisam alguns até me pedem a mim fotografia, portanto tem uma certa vantagem em poder trabalhar as imagens. Eu muitas vezes faço a fotografia já a pensar num determinado trabalho, uma capa, já sei por exemplo onde o título pode aparecer, portanto há esse tipo de vantagens. E tenho acompanhado mais ou menos a evolução da fotografia, é, por exemplo a fotografia em telemóvel só faço quando não tenho mesmo máquina e reconheço que realmente é muito fácil e que a tecnologia está muito avançada

mas depois o resultado final não é satisfatório. Aliás eu como trabalhei muito em diaporama, com diapositivos, chamamos foto-slides, acabei por habituar-me a uma resolução muito boa, e muitas vezes ainda recorro a diapositivos de grande formato que fiz a anos, bem digitalizados, e nota-se perfeitamente uma certa qualidade superior nessas imagens, o recorte, os contrastes, muitas vezes não é preciso ir ao programa, photoshop, photopaint, seja o que for, não é preciso trabalhar muito, portanto ainda gosto muito de utilizar a fotografia chamada hoje analógica, antes não se chamava não é, com a denominação digital é que depois apareceu a analógica, portanto a minha atividade funciona muito ai. Agora, paralelamente, como comecei como amador de fotografia, paralelamente desenvolvo um trabalho para mim próprio e para o chamado circuito da arte, exposições etc. E então essas fotografias que eu vou fazendo pouco, fora do horário normal, essas fotografias eu vou separando e essas funcionam por si, portanto são imagens que eu quero justamente que não tenham nada a ver com a minha atividade profissional nem nada, é como se eu continuasse na verdade a ser um fotógrafo amador e ai tenho liberdade total e gosto muito mais, não preciso estar a pensar em mais nada a não ser na fotografia e no resultado final porque a fotografia funciona ainda fisicamente, por isso é que eu tenho tantas coisas ampliadas, no laboratório analógico ou através de processos digitais, mas em materiais, em tela etc. e nessa altura eu até gosto de confundir um pouco o expectador ou quem vê uma possível exposição, gosto de confundir porque a fotografia puxa muito pela pintura, e então, muitas vezes as pessoas chegam ao pé de mim e dizem olha vi uma pintura sua que vi nao sei tal ou tive em casa de não sei quem que comprou uma pintura sua e eu digo há anos que eu não faço pinturas, é com certeza uma fotografia impressa em tela. É, há determinadas telas, há determinados materiais que dão esse ar um pouco de trabalho plástico, pintura, é... isso agrada-me porque na verdade eu vim da pintura, quando comecei a estudar na belas artes escolhi pintura e no meio do percurso, achei que não tinha aquele espírito de pintor que é preciso ter, um certo espírito de sacrificio de estar ali a volta da tela etc. Como a fotografia acabava por ser muito mais imediata, mais rápida e eu consigo retratar as mesmas coisas com a fotografia perfeitamente como a figura portanto segui esse caminho. Não digo que seja mais rapido em termos de tempo, porque a fotografia atualmente requer mais tempo de computador, não é? Nós temos que ter uma certa preocupação depois pro produto final ser o que nós quisermos, não basta chegar numa casa de fotografia, a fotografia tem que estar minimamente preparada e isso exige algum tempo, acaba por ser o mesmo que levaria pra fazer a pintura. Fazemos aqui um ponto e abrimos um novo capítulo para falar da outra atividade que eu sempre gostei, a formação. Eu também comecei como professor nas escolas normais, já nas belas artes interessei-me um pouco nessa via academica, até por ser monitor de fotografia. O monitor de fotografia nas belas artes era alguém que o professor escolhia pra trabalhar em determinada área, então

acabei por ser monitor na fotografia e numa disciplina que me agradava bastante que era comunicação visual, onde eu podia trabalhar com diaporama, um meio de excelência de audiovisual para quem era fotografo, pra quem usava a imagem fixa, a fotografia, o diapositivo, o slide com o som e essa parte do audiovisual que eu já trazia da banda desenhada, da narrativa pra poder contar uma história sempre me agradou. Então gostei de ser monitor dessa disciplina da comunicação visual, e ai consegui fazer coisas muito interessantes com os meus colegas mais novos. Depois fui para o Arco estudar pintura e design mais a sério, enquanto fazia design nas belas artes, enquanto fartei-me um pouco da parte académica, porque ela é muito teórica e eu queria experimentar coisas novas. Acabei por desistir dessa parte académica mas depois pra ganhar a vida, para continuar a estudar etc. tive que começar a dar aulas. Comecei muito novo a dar aulas de comunicação visual e sempre fui professor de comunicação visual. Quando o ensino começou a ser um bocado complicado, passei para a parte de educação não formal, que sinceramente ainda hoje me agrada mais, workshops, fazer algum tipo de formação com novas tecnologias, como também tenho muita experiência na serigrafia, em certas técnicas de gravura, em cerâmica, comecei então a diversificar e a desenvolver essa parte de educação não formal que pra mim é muito mais interessante porque quem quer frequentar esses cursos que foram pagos, querem mesmo aprender. E o que se passa no ensino “normal” muitas vezes nós vemos que os alunos estão lá porque estão, porque tem que estar e a coisa não resulta bem.

E pronto, digamos que eu tenho tres vias paralelas, umas mais profissionais, outras mais amadoras, amador porque a pessoa ama o que faz e eu não conseguiria viver sem essa área da arte, eu digo arte porque há muito mais atividades artísticas que aquelas que eu normalmente ando a atuar, mas pronto, a arte pra mim é a comunicação, eu tinha um professor no arco que dizia que não havia arte, havia comunicação e a arte era uma coisa inventada. Assim, uma pessoa comunica ao fazer qualquer trabalho estético a comunicar desde que haja quem veja, quem oiça, mas pronto, a arte é uma palavra bonita e eu gosto imenso da arte. Sempre que posso vou ver coisas diferentes e mantenho sempre esse espírito que trouxe de muito novo, que é uma atenção as coisas. Eu não consigo andar sem uma máquina fotográfica, tenho que ter sempre uma máquina fotográfica quando ela não é muito grande, há os telemóveis, ótimo, alguns deles conseguem fazer muitas coisas. Arrependo-me várias vezes de não ter levado, de ter estado num sítio e não ter levado uma máquina fotográfica, já me aconteceu várias vezes de estar num sítio e me aparecer lá alguma coisa e não ter câmara. É bonito sim senhor, faço o enquadramento mentalmente, mas me falta o que eu acho interessante que é o registro. Esta parte é realmente muito interessante que é a imagem virtual. Tiramos uma fotografia com o telemóvel ou mesmo uma máquina digital, as vezes ja me aconteceu que quando fotografei a máquina não registrou porque estava sem cartão. Ora, eu fiz a fotografia ou não fiz? Eu fotografei,

enquanto a máquina estava ligada, via-se a fotografia, mas ela nunca ficou registrada em lado nenhum. Como antigamente nós fazíamos negativo, tirávamos as fotografias, e chegávamos ao laboratório e tínhamos que revelar o rolo e as vezes ficava queimado ou tudo preto e já não havia fotografia, eu sei que a tirei mas ela nunca existiu. A fotografia digital que é virtual também era no tempo do analógico porque enquanto não fizessemos os processos químicos, a imagem não se revelava pra nós, e esse é um termo espetacular, revelávamos a imagem, um rolo e o portugues é muito bom pra isso, a imagem revela-nos. Hoje em dia, quando se faz uma fotografia a imagem revela-se logo no ecrã e não há mais aquela excitação de ver o que aconteceu. muitas vezes estava muito preta, muito branca, há também aquilo não é? Quando fazíamos fotos em cromachrome, tínhamos que mandar os rolos pra Alemanha que naquela altura não havia esse processo em Portugal e as fotos vinham mais de duas semanas depois e tinha aquela coisa né, sabíamos que tínhamos feito boas imagens, isso se perdeu um pouquinho, mas pronto, o imediatismo de hoje também pode ser interessante, nós podemos repetir a fotografia.

## **2 - E como que foi esse início da sua vida artística, teve um marco que foi o início ou foi algo que sempre esteve em você?**

Não foi, olha, foi coincidência. Na altura eu e meus colegas fomos uma espécie de cobaias do ensino, porque logo a seguir o 25 de Abril, o ensino mudou. E nós quando entramos no ensino, eram chamados os ciclos né, estávamos no sétimo ano, a primeira vez que teve sétimo ano, fomos cobaias. Então era sempre tudo muito improvisado, as disciplinas novas, que nunca tínhamos ouvido falar e depois teve o nono ano, que também não era como havia antigamente, era uma coisa completamente nova então andavam a ver o que é que podiam fazer e inventaram. Então pela primeira vez teve no nono ano, o jornalismo, o curso de arte e design, de saúde, era interessantíssimo a maneira como estavam a experimentar as coisas. Então inscrevi-me em jornalismo, porque eu gostaria de ter sido jornalista na altura, tinha o que? 14 anos? 13? não sei, era muito novo. Quando soube, de repente que não haveriam aulas, em Portalegre não ia haver jornalismo porque não haviam escritos suficientes. então uma amiga minha foi lá ver, eu não tava na cidade, o que era perto de jornalismo porque eu gostava de ser fotojornalista na altura com as poucas fotografias que tinha feito, já gostava de qualquer coisa, então ela inscreveu-me em arte e design. Eu arte sabia o que era, agora design? não. Os próprios empregados da escola não reconheciam esse nome, então chamavam de arte e designação, porque achavam que design era uma abreviatura pra designação, mas por que designação? Muito confuso, mas pronto, a arte interessava. Gostei logo, aprendi fotografia imediatamente com laboratório, e muitas técnicas e vi que ao final, podia ser mais que fotojornalista e na altura também trabalhei em jornais em Lisboa, pra ganhar dinheiro não é? Então fiz muito fotojornalismo e essa parte

não me interessou tanto. Então gosto mais da parte da arte, da fotografia como arte e não como uma técnica. Não estou a dizer que fotojornalismo não pode ser uma arte, mas eu acho que é mais vocacionado para o design, curiosamente não é? é uma coisa mais objetiva, mais uma técnica, claro, que quanto melhor o fotógrafo estiver preparado, melhores as fotos estarão. Depois pronto fui e nunca mais larguei, foi de tal maneira que eu quando fui pra tropa, fui parar ali no centro de divisões do exército. Fiz aquela parte normal da tropa, trabalhei muito na tropa no serviço militar, trabalhei muito nesse centro de audiovisuais e cheguei a fazer coisas interessantes, revolucionei aquela parte um pouco dos quadros auxiliares de instrução que eram mal feitos em termo de comunicação. Consegui fazer coisas novas, em serigrafia etc. Para os soldados aprenderem a poder ver num quadro gigante a tal da comunicação que é imagem e texto complementar. Ainda hoje uma coisa que me faz impressão nas apresentações é uma pessoa levar um powerpoint, tem lá o texto, tem imagem e o que a pessoa faz? lê o texto. Então está a dizer que ninguém sabe ler? então é uma coisa que eu desde novo aprendi, a complementaridade da imagem e do som. Se lá está a imagem e o texto, esquece, não precisa ter som e a coisa tem que funcionar não é? Não é preciso la estar a ler por cima e ainda cria uma confusão na cabeça da pessoa não é? A pessoa está a ler e ouve outra a ler, é um erro que é constantemente utilizado por professores, que deviam ser as pessoas que mais conheciam de comunicação né, tem que saer de comunicação pra poder se comunicar com os alunos, não é? E o audiovisual, essa complementariedade, toda a gente sabe que é o ideal para comunicar

### **3 - Você considera que a fotografia é a forma de expressão artística mais forte em você então? E como ela se relaciona com as outras formas de expressão?**

Em mim é, sem dúvida. Interfere bastante, né, quando aprendemos pintura, não aprendemos pintura só como uma técnica, mas como uma arte. Na verdade não houve ninguém que me ensinasse regras de composição, a regra dos 3 quartos e não sei o que. Há alguma técnica sim de como se pode trabalhar em aquarela, em como trabalhar em óleo, ainda não havia acrilico, era complicado, o óleo tinha que secar de um dia pra outro e tal, então alguma técnica, mas ninguém me ensinou a ver, se deve ver assim ou assado. Há uma coisa nos cursos atuais em que se tenta dizer a pessoa como ela deve ver, como se comunica, como se enquadra e isso não é assim imediato, a pessoa tem que aprender e isso foi importantissimo na construção de imagem, ver, sentir etc, modelo é fundamental não é? Tivemos dois ou 3 anos de modelo e é importantíssimo saber para conseguirmos ver, mais aprender a ver do que aprender a desenhar e isso para um fotógrafo é importante, como o corpo funciona, etc. Tive aulas de ergonomia por causa do design, como é que os objetos devem ser feitos e em relação ao corpo, como é que funciona, né, isso é importantíssimo, portanto design é mais do que a construção e isso enriqueceu-me

bastante. Pude puxar isso tudo para a fotografia, então as minhas fotografias tem sempre essa carga da educação plástica.

**4- Você disse que usa a fotografia no design, mas vê alguma diferença nessa fotografia que usa para o design e a da fotografia como arte?**

Sim, sim, por exemplo, se hoje for fazer ali no estúdio a fotografia de uma peça, aquilo tem muito pouco de artístico, não é? Então tenho que aplicar conhecimentos de iluminação, etc, como o material reage ao fundo e isso tem pouco de arte, o que tem é a carga que está em mim. Agora, quando vou para a rua fotografar, eu gosto muito de fotografar a natureza, ja gostei mais de pessoas, agora não tenho especial interesse, mas na natureza sim e ai posso estar despojado de todas essas técnicas, eu quero é um resultado que me agrada, mas claro, tem que ter a noção da luz, afinal fotografar é escrever com a luz. Tenho amigos que usam mais o flash como uma forma mais tecnicista, mas eu não gosto, não acho que pra natureza fique bonito. Claro, os conceitos estéticos evoluem ao longo dos tempo, mas cada um pra si consegue ter uma noção de beleza. A beleza tem um conceito assim tão invulgar, cada um tem sua noção, mas também, tudo bem, a gente aprende a ver.

**5 - e quais são suas inspirações quando você vai desenvolver um trabalho artístico? Você busca referências... é uma coisa mais espontânea...**

É muito mais espontâneo, eu gosto que seja uma coisa imediata, o imediato. A fotografia tem muito essa situação, do momento, há um milésimo de segundo para fotografar, porque passado esse tempo a luz ja mudou, na natureza isso acontece bastante. É uma nuvem, há uma sombra que estava ali e de repente muda para o outro lado, nós viramos um pocadinho e já não é a mesma coisa, portanto não gosto de ir a espera de qualquer coisa. É claro que nós, enquanto fotógrafo, quando está a pensar, está focado a esse tipo de coisa. Eu curiosamente fiz muitos anos fotografia de parto natural na Serra do Sabão, e alguns vigias da natureza que conduziam o carro e o que eu via, era completamente diferente do que ele via. Eu via formas orgânicas, etc, e ele tava a ver um determinado pássaro, um animal, então a pré-disposição dele era uma e a minha era outra. Quando eu vou fotografar plantas, eu ja não olho pra outras coisas, eu gosto de fotografias em que há ligações geométricas, etc, mas se vou focado pra isso, realmente custa-me olhar pra outra coisa. Se me aparece fotografo, portanto não vou pré-disposto mentalmente, mas vou focado.

**6- e você pode falar um pouco mais da sua série Antropomorfismos? como que aconteceu essa ideia, esse impulso de fazer?**

Eu há muitos anos que, por ter feito, vejo formas, coisas que a partida parece que não estavam visíveis, e nos temos esse defeito. Mais recentemente, coisa de quinze anos

comecei a fazer algumas fotografias, num tom um pouco ironico, a ideia era essa, mais do que encontrar formas humanas, era mais numa perspectiva ironica. A ironia, o riso, está lá disfarçado, quando vemos uma oliveira e na oliveira aparece um rabo, acontece não é? A pessoa ri. A maneira de fotografar é que pode ser mais ou menos poética. A certa altura comecei a ver caras, corpos e etc nessa perspectiva de fazer um trabalho mais artístico do que documental, que não seja da maneira que toda a gente vê, não, eu gosto é que cada um veja a sua coisa. Há uma fotografia que fiz que eu gosto muito em que um ve um urso, outro ve um cão, outro ve um fantasma, portanto aquilo dá para ver que cada pessoa ve diferente da outra, nem toda gente ve o mesmo. Por isso que é interessante a fotografia. A fotografia é reprodução do real? não é. Cada pessoa ve a sua coisa. E é interessante, ver quando se da workshop, 20 formando, vamos fotografar determinada coisa, há quem fotografa mais do mesmo, mas há quem fotografa o que ninguém viu.

### **7 - como foi o processo criativo desse projeto?**

Não tive ideia de fazer ela desde o começo, a certa altura percebi que tinha muitas imagens e fiz um conjunto e ai está, o problema é que algumas não estão muito boas por motivos de não consegui chegar muito perto, de a luz não estar boa, etc, algumas funcionam mais como documento. As que eu gosto são as que eu realmente consegui fazer mais alguma coisa, não é? Algumas tive que voltar no local duas ou tres vezes, pra luz ser correta, etc. E só a pouco tempo que tive essa ideia. Me convidaram pra fazer uma exposição em outro sitio e eu pensei ' o sitio é pequeno, dá pra fazer uma exposição com esse tema' e resultou muito bem e a partir daí, fui fazendo mais coisas. Agora digamos que estou sempre alerta pra quando aparece algo que possa se encaixar. Eu gosto que a matéria seja natural, mas tenho paralelamente uma outra coleção que visa a mão do homem, portanto coisas manufaturadas ou paredes e coisas que o homem já pos a mão, mas ai esse eu separo, eu gosto de formas naturais, em que a natureza ao longo dos anos foi modificando. Há arvores que passado, uma fotografia que tirei há dez anos, hoje em dia já não tem aquela forma. A natureza vai evoluindo e muda de forma, mas o registro foi feito. Seja em analógico, ou em digital

### **8 - da outra vez que eu vim aqui você falou que queria fazer um livro desse projeto, tem alguma previsão?**

Não, porque o livro só sairá quando eu ver que está completo, digamos, o ciclo. Mesmo que depois eu faça mais alguma coisa, mas eu não tenho pressa. Até porque essa questão dos livros, atualmente com o livro digital é meio indiferente. Os outros livros que eu tenho são todos editados, todos tinham que ir para o offset, fazer tiragem, etc. Agora, podemos fazer, eu nunca fiz, mas podemos fazer uma edição digital à minha vontade. Nos outros, por serem

editados eu acabava perdendo um pouco a liberdade, porque tinham alterações da editora etc.

**9 - E esse processo de publicação, no que ele influi no seu trabalho artístico?**

Pra mim, influencia muito, eu vou buscar. Não sei se tem aqui a data, mas foi editado pelo parque natural da sé, com o apoio do serviço natural do parque e este livro é de 2002 e foi um livro que foi publicado nessa data mas tem fotos muito mais antigas, até da época que eu estava começando. E curiosamente, esse foi o primeiro livro que eu editei, ou que me editaram e depois temos uma segunda edição mais elaborada, mas esse foi feito muito a minha vontade. Eu escolhi o poeta que fez os textos, a pessoa que fez a introdução, tive liberdade total. Esse livro teve uma influencia muito grande, não no seu objeto, que na altura tinha como objetivo divulgar o parque, que era um parque habitado, então essa relação das pessoas com a natureza, com a flora, etc, com tudo e que funcionava muito bem. O parque ainda hoje é habitado e tem construção e gente la dentro , funciona bem em termos de ecossistemas, de ambiente e tal e era um pouco isso. Curiosamente, ele teve muito mais sucesso como objeto de arte, por que? porque as pessoas encontravam no conjunto das imagens e do poema, uma paz e outras coisas que eu não percebia, no que diz respeito a coisas mais espirituais e isso pra mim foi uma surpresa. Claro que o poeta também, na hora de escrever, encontrou aqui nas imagens qualquer coisa mais transcendental. Então acabou por ser um livro que influenciou as pessoas por causa dessa faceta que eu não planejei de tal modo que veio a proposta de fazer uma segunda edição por uma associação que trabalhava com pessoas com doenças terminais. Então o livro era vendido para ajudar a associação e esgotou. Por que? porque as pessoas encontravam paz. Portanto foi um livro que teve, além de tudo, uma utilidade impressionante, a partida era algo que eu fiz por gosto, e depois passou a ainda ter muitas comunicações a volta disso por ser a partir da segunda edição, muito divulgada. E por ser um livro mais pessoal, acaba por ter esse aspecto de livro de autor e passou a ser mais que isso, não é? Eu aqui tive um grande cuidado na questão estética, é um livro feito para ser visto sequencialmente, ele conta uma história. Gosto dessa narrativa visual, me interessa. Foi também na altura, quase como se eu tivesse que defender uma tese sobre as cores alentejanas. Por que que aparecem cores nas casas, o amarelo ocre, o azul, porque na verdade essas cores são obtidas a partir da natureza da região, das flores, dos minerais. A partir da segunda edição fiz mais alterações, adicionei imagens, retirei outras.

**10 - Você considera que ajuda então na questão social da arte então? Como você ve essa relação entre a comunicação e a função social da arte?**

Eu tenho uma opinião formada sobre isso. Em relação a arte e a reação que as pessoas tem. Tem pessoas que tem colapsos ao verem uma exposição, que ficam de tal maneira que é muita emoção. O artista é diferente não é? Ai eu acredito mais que seja o poder da beleza. Ai voltamos outra vez a questão dos canones da beleza, mas pronto, foi ai neste caso é como eu estava a dizer. A beleza faz uma intervenção social. A arte é fantástica, ela faz essa intervenção. Há pessoas que tem a responsabilidade política, social etc que nem percebem que isso é fundamental. Em outros casos, em outras publicações que participei, há uma intervenção bem nítida, da candidatura de Elvas como património mundial. Ora, tenho a certeza que na interação que tivemos todos, sei que a imagem foi muito importante porque é impossível, as pessoas não veem todas o mesmo. Portanto, qual é a função do fotógrafo? é realmente que as fotografias sejam vistas e tenham essa mais-valia, então sei que as fotos tiveram uma contribuição importante.

#### **11 - E o que você pode falar para artistas independentes?**

É difícil falar para quem está na area independente, justamente porque são independentes, não é? portanto fazem qualquer coisa de novo e hoje em dia há pessoas a fazer coisas incríveis. Aqui há alguns anos tinha um pouco essa cultura do underground, mas era mais na retaguarda e agora estão a se expor, dão entrevistas, mostram seu trabalho e estão a quebrar um pouco o misticismo que tinham, aquela imagem expandida e estão a construir a sua própria imagem. É claro que atualmente as pessoas gostam de modas e se a moda for, como parece ser, a street art, já toda gente quer aproveitar-se disso, não é? Vamos lá fazer uma pintura mural, não interessa quem for, quanto mais famoso melhor. E isso destrói um pouco essa cena, por exemplo o Banksy que continua incógnito e penso que assim continuará e isso sim faz sentido. Então a pessoa quer ser conhecida mas ao mesmo tempo não devia, não é facil. Posso analisar a coisa e há muita coisa em que há sujidade e isso eu acho que quem ta começando devia aprender, não sujem a cena. É esse conselho que eu do, não destruam, não sujem.

#### **Anexo 29 - Matéria Realizada com base em entrevista**

##### **Conheça “Letters”, o álbum-carta da banda Claraboia**

Claraboia é uma banda portuguesa que desabrochou em 2015 após anos sendo uma (ou várias) banda de garagem na época em que seus membros frequentavam o liceu (o ensino médio no Brasil) e tem um nome traduz muito bem o olhar não convencional que a dupla musical tem sobre sua produção e sobre o mundo, tendo em vista que clarabóia é uma espécie de janela que permite olhar em direção ao infinito do céu, numa perspectiva fora do comum. Em entrevista, Filipa Ribeiro (voz e percussão) e Rui Siqueira (voz e guitarra), revelaram pra nossa redação que a partir de então, as produções começaram a

tomar um tom mais profissional, o que levou ao planejamento e concretização do primeiro álbum da banda, o “Letters”, que foi lançado em Junho desse ano (2019).

O álbum carrega esse nome porque, segundo os músicos, ele é composto por um conjunto de canções feitas em diversas fases de suas vidas e acabam por funcionar como cartas escritas para eles mesmos do passado. Essas cartas tem tom bastante pessoal, trazendo em si uma alternatividade entre a melancolia e a animação, além de mostrarem-se com sons harmoniosos, podendo ser classificados dentro do espectro que são os gêneros musicais como indie ou pop dream. Entre essas cartas estão os singles Little Seed e New Picture, que foram lançados no ano anterior, como uma espécie de pré-estreia da banda.

“Algumas das músicas que fazem parte deste nosso primeiro álbum já têm alguns anos e foram tendo diferentes arranjos ao longo dos anos. Quando chegámos finalmente a estúdio, tivemos a sorte de ter muita liberdade e tempo para explorar novos arranjos com a ajuda do nosso produtor Rui David. Lembramo-nos de um momento muito especial em que estávamos a improvisar e explorar alguns sons para o solo de guitarra da Letters e, por um feliz acaso, o Rui estava a gravar, se isso não tivesse acontecido acho que nunca teríamos conseguido reproduzi-lo.” - afirma Filipa

Em tom irreverente os artistas revelam que suas referências são um tanto quanto espontâneas, e que buscam inspiração em suas próprias vidas, nos momentos, nas emoções, nas descobertas, enfim, transformam coisas cotidianas em arte. A banda já passou por cidades como Lisboa, Beja, Portalegre, Porto e Coimbra e os músicos afirmam que agora estão focados na promoção do Letters, sem entretanto, deixar de lado os comichões para produzir musicalmente e lançar no futuro seu segundo álbum.

Para conhecer um pouco mais sobre a banda, pode acompanhá-los em plataformas como o [Spotify](#) e o [Deezer](#), além de segui-los nas redes sociais [Instagram](#) e [Facebook](#).

## **Anexo 30 - Transcrição da entrevista realizada com a banda Claraboia**

### **1 - Então, podem começar me falando um pouquinho mais sobre vocês? Onde começou, quando começou, como começou, etc...**

Conhecemo-nos durante os tempos de liceu e desde essa altura sempre estivemos envolvidos em projectos musicais em conjunto. No entanto, só em 2015 é que decidimos elevar a música que criávamos juntos a um nível mais sério.

Planeamos então a gravação de um álbum que foi concretizado neste recém lançamento, em Junho, chamado “Letters”.

## **2 - Quais são as vossas maiores inspirações?**

Talvez a própria vida. Os diferentes momentos, emoções, descobertas, etc, que cada um, à sua maneira, passa.

## **3 - Podem falar um pouquinho do vosso álbum? Quais foram as inspirações? Alguma musica tem uma história que vocês queiram compartilhar?**

Este álbum é composto por um conjunto de canções que nos acompanham já há alguns anos. Passaram e sobreviveram a diferentes momentos da nossa vida. Gostamos da ideia de que cada canção é como que uma carta que enviamos para o “nós” do passado.

Podemos partilhar uma história relacionada com um dos temas do álbum, chamado “Julie Dee”, que teve diferentes letras ao longo do tempo. Quando ainda não tinha nome passou por uma espécie de letra de “parabéns” e outra, num tom mais cómico, relacionada com um tubarão numa praia. Só depois destas duas versões chegámos a esta personagem fictícia chamada Julie Dee e que mantém o lado descontraído da sua origem.

## **4 - E os shows e festivais? Qual foi a maior apresentação que já fizeram? como foi? Quais foram os locais em que vocês mais gostaram de tocar?**

Neste início de promoção do álbum temos tocado em espaços incríveis em diferentes pontos do país – Lisboa, Beja, Portalegre, Porto, Coimbra. Todos eles de certo modo têm sido os nossos preferidos.

## **5 - E os projetos futuros? Tem algum que vocês gostariam de dar um spoiler para gente?**

Estamos, neste momento, focados na promoção do álbum. No entanto já sentimos uma inquietação para continuar a compor e quem sabe até pensar no segundo álbum.

## **6 - Têm algum material específico que vocês gostariam de compartilhar?**

Podem acompanhar o nosso trabalho no *Facebook*, *Instagram* e descobrir o nosso álbum no Spotify

## Anexo 31 - Matéria Realizada com base em entrevista

### Expressão artística através da auto-imagem: Conheça o trabalho de Gabriel Watoniki

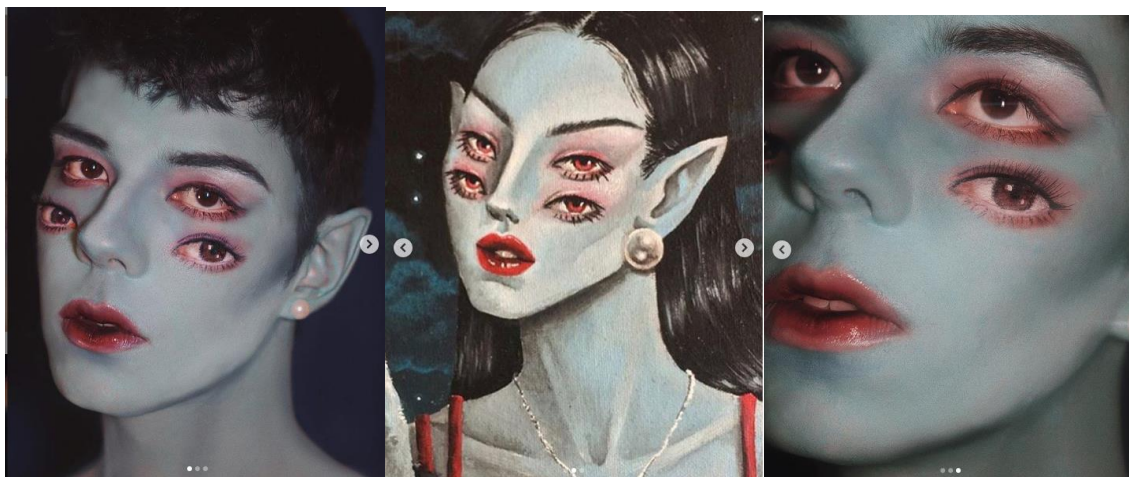
Gabriel Argento Watoniki é um designer de 24 anos que vem ganhando reconhecimento pelo seu trabalho. Com suas elaboradas maquiagens criativas, o artista se expressa através de auto retratos singulares. Watoniki conta que suas referências são bastante diversas, passando desde animes japoneses dos anos 90 que via na infância, indo até o movimento artístico impressionista.

“A maquiagem pra mim tem um grande impacto pois é um tipo de arte feita não em uma tela branca e crua mas sim em um rosto, em uma pessoa que em si carrega muitos significados.” - afirma.

O artista conta que suas primeiras experiências com maquiagem foram no ambiente universitário, onde fez amigos que habitam o universo Drag Queen. Quanto mais passou a aprender sobre o assunto, mais uma paixão crescia. Ele afirma que não fez nenhum curso de maquiagem e por isso não se considera um maquiador profissional, usando a maquiagem em conjunto com a fotografia como forma de expressão.



“Fui assistindo vídeos e tutoriais que viraram quase como um ritual diário e foi me crescendo a vontade de me expressar a partir disso. Juntei um material, uma câmera boa, alguns produtos de melhor qualidade e comecei a fazer as fotos.” - declara.



Em entrevista, o artista diz que usa algumas das coisas que aprendeu na graduação de design nas suas produções, como a teoria da cor, a fotografia e a composição, entretanto não considera que seus trabalhos artísticos são um produto de design. Para criar suas obras, Watoniki diz geralmente partir de uma ideia clara que tem, deixando-a amadurecer antes de executar.

“vou estudando o que é possível ou quais as melhores soluções pra concretizar aquilo que imaginei, mas não costumo fazer testes prévios ou desenhar nada no papel, eu sento e começo a fazer e adaptar conforme ela vai se desenrolando.”



(video)

Watoniki diz que seu trabalhos mais significativos foram aqueles que inspiraram outras pessoas a criarem suas próprias versões, o que aconteceu o delineado de asa

branca e das partes semi cobertas com sardas, além de chamar a atenção para a obra acima, que explora o conceito de arte no rosto sem utilizar maquiagem.

Imprescindível para seu trabalho é a fotografia, considerando que ele vai além da maquiagem, sendo - segundo o artista - todo o trabalho final. Dessa forma, Watoniki traz na fotografia o complemento perfeito para a arte que faz em sua pele.

“Mas na hora da foto não tem glamour nenhum, normalmente estou de calça de pijama usando lençol como background usando papel toalha como rebatedor de flash fazendo caras e bocas pra câmera.” - brinca

Cê pode encontrar mais dos trabalhos do Gabriel no *Instagram* pelo user @watoniki onde além das suas obras, ele compartilha tutoriais e inspirações.

### **Anexo 32 - Entrevista realizada com o artista visual Gabriel Wanotiki**

**1 - Então, pode começar me falando um pouquinho mais sobre você? Nome certinho, idade, formação, onde mora, etc...**

Meu nome completo é Gabriel Argento Watoniki, tenho 24 anos, sou bacharel em Design e moro em São Paulo

**2- Como foi início do seu processo como makeup artist? Como começou?**

Na verdade não me considero um makeup artist, nunca fiz nenhum curso e não trabalho profissionalmente como maquiador, mas comecei a ter contato com maquiagem na faculdade por amigos que faziam Drag. Fui assistindo vídeos e tutoriais que viraram quase como um ritual diário e foi me crescendo a vontade de me expressar a partir disso. Juntei um material, uma camera boa, alguns produtos de melhor qualidade e comecei a fazer as fotos.

**3 - Você considera body painting como a sua forma de expressão artística? O que a maquiagem representa pra você?**

Acho que a minha expressão artística é todo o produto final, não só a maquiagem. O meu intuito no final de toda produção é conseguir uma boa imagem. Mas a maquiagem pra mim tem um grande impacto pois é um tipo de arte feita não em uma tela branca e crua mas sim em um rosto, em uma pessoa que em si carrega muitos significados.

**4 - Você considera que há uma relação entre a maquiagem artística e o design na sua arte?**

Eu acabo usando muitas coisas que aprendi durante a graduação nas produções, como composição, teoria da cor, fotografia. Mas não considero meu trabalho até agora como um produto de design.

**5 - Quais são suas maiores inspirações?**

Essa é complicada, mas acredito que sempre me inspirei em coisas que eu tenho contato desde a infância como filmes e animes japoneses dos anos 90 e arte num geral, principalmente o movimento impressionista.

#### **6 - Como é o seu processo criativo?**

Normalmente me surge uma ideia muito clara do que eu quero fazer e vou maturando ela durante um tempo na minha mente, vou estudando o que é possível ou quais as melhores soluções pra concretizar aquilo que imaginei, mas não costumo fazer testes prévios ou desenhar nada no papel, eu sento e começo a fazer e adaptar conforme ela vai se desenrolando.

#### **7 - Ao publicar suas maquiagens, você faz autorretratos, certo? Como se dá esse processo?**

Eu consegui juntar uma grana pra comprar uma câmera mais prática pra mim, ela tem conexão wifi então eu posso conectar com o meu celular e usar ele como controle e alterar todas as configurações lá, isso deixou todo o processo muito mais prático e autossuficiente. Mas na hora da foto não tem glamour nenhum, normalmente estou de calça de pijama usando lençol como background usando papel toalha como rebatedor de flash fazendo caras e bocas pra câmera (risos).

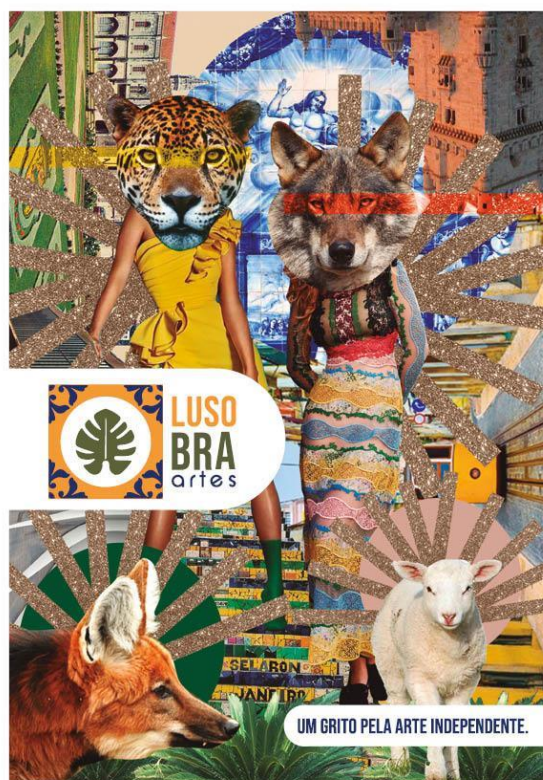
#### **8 - Você tem projeções futuras em relação a esse seu trabalho?**

Na verdade não, comecei por uma vontade interna de expressar minhas ideias e concretizar minhas vontades, mas não tinha um objetivo em mente. Agora que as coisas estão começando a escalar vamos ver pra onde isso vai.

#### **9 - Você pode escolher alguns dos seus trabalhos de automaquiagem e falar um pouco mais sobre eles? Qual ou quais os mais significativos? Quais você mais gosta? Quais foram os mais trabalhosos?**

Dos mais significativos eu diria que são o do delineado de asa branca e das partes semi cobertas com sardas, pra mim são significativos pois parece que muita gente gostou deles, muitos recriaram o que eu acho incrível, poder inspirar outras pessoas. Eu gosto muito do look das pérolas, gostei demais das fotos e do acabamento num geral, um outro que eu gosto muito é o da foto com interferência de tinta no vidro, foi uma pegada diferente que explora bem a ideia da arte no rosto sem usar maquiagem. Os mais difíceis sem dúvida foram os dos múltiplos olhos, principalmente o que eu me pintei de azul, foi uma noite longa e sofrida mas não podia esperar resultado melhor.

## Anexo 33 - Diagramação da revista em pdf, versão impressa



# ESTATUTO EDITORIAL

A **LusoBra Artes** é um veículo de comunicação de publicação independente, ela é compartilhada periodicamente e de forma virtual. É lançada no dia 12 de Outubro de 2019 e dirige-se às almas vivas que circulam no cenário da arte independente, seja como leitores, artistas, estudantes ou só seres interessados pelo panorama artístico e cultural luso-brasileiro.

A **LusoBra Artes** tem como objetivo pôr em pauta a arte independente para que ela e seus artistas sejam ouvidos no espaço público. Para isso são produzidos, recebidos e publicados conteúdos informativos sobre artistas independentes e eventos culturais. A **LusoBra artes** está aberta a todo e qualquer tipo de arte, tendo publicações na área das artes plásticas, da fotografia, da gravura, da música, da moda, da literatura e por aí vai.

A **LusoBra Artes** publica textos de diversos autores que colaboram regularmente ou esporadicamente, sendo esses das mais diversas áreas de atuação.

A **LusoBra Artes** é uma publicação autônoma, sem qualquer dependência de natureza política, ideológica ou econômica.

A **LusoBra Artes** é o projeto de mestrado de Thyana Bressan, que exerce também a função de Diretora Criativa - entretanto é um veículo de comunicação democrático, estando aberto a colaboração de quem quiser.

# QUEM A GENTE PENSA QUE É?

A **LusoBra Artes** é um veículo de comunicação que nasce da vontade de fomentar, reportar e incentivar a produção artística independente no Brasil e em Portugal. Com ela, queremos dar espaço m(e)idiático aos artistas que não se encaixam no senso comum e de maneira democrática incentivar a discussão e a visibilidade artística no espaço público.

# UM GRITO PELA ARTE INDEPENDENTE.

Sou uma artista independente, ou pelo menos acredito nisso. Então quando me chega a proposta de estar em uma revista focada na arte independente, me sinto agradecida e levada a pensar, conceituar e verbalizar esse meu "ser artista", verbo e substantivo, dentro desse nosso atual mundo convulso. Independente de tais vantagens pessoais, creio de muita importância e gentileza esse debruçar-se sobre os fazeres artísticos que proclamam independências em seus universos pessoais e geográficos, como Portalegre e Curitiba. A **LusoBra Artes** é uma ponte bacana, que nos apresenta uns aos outros, o que já é um ótimo começo. Vida longa à essa ponte!

-Katia Horn

Quando fotografo a natureza - ou melhor: na natureza -, sinto-me livre!... assim como que... independente. Deve ter sido por isso que fui convidado a participar na **LusoBra artes**. Mas, pensando bem, o convite foi um erro. E que, afinal, até sou muito dependente. Dependente das imagens, das que fiz, das que não fiz (por qualquer razão), das que quero ou posso fazer. Por isso, na maior parte das vezes, dependo de uma máquina fotográfica. Sim porque, às vezes (raras), fotografo só com a mente. Registro na memória aquela imagem que devia ter fotografado - se tivesse a máquina comigo. Ultimamente a natureza, parece-me que se zangou. Tenho visto e "caçado" rostos zangados, fantasmas maus. A flora, que tantas vezes me seduziu, transformou-se "metamorfose-me" perante a lente. Fiquei pendente.

- Raul Ladeira



# SOBRE SER NATUREZA: O SAGRADO FEMININO NAS LENTE DE RAQUEL MAIA

Maia, Maria, é um dom, uma certa magia, uma força que nos alerta. Retratada: Nahayanna Sorgent.

**E**m seu projeto fotográfico Sobre Ser Natureza, a fotógrafa, brasileira e historiadora Raquel Maia representa as essências femininas em harmonia com a natureza, retratando mulheres e buscando trazer para suas modelos "a (re)conexão delas consigo e com (suas) naturezas." A fotógrafa afirma fazer isso "através do sentir da grandeza de ser mulher e das diversas formas que envolvem o verbo ser."

Dessa forma, a artista traz neste projeto a personificação das vivências e expressões de diversos arquétipos como os que foram citados pela fotógrafa, o da Mulher Selvagem - explicado na bibliografia da psicóloga Clarissa Pinkola Estés -, o da grande mãe, da mulher Artemis, da curandeira, entre outras. Além disso, Maia incorpora ao seu trabalho noções do sagrado feminino, sendo esse um trabalho que flerta com múltiplas religiosidades, como a Umbanda religião centenária que formou-se no Brasil, juntando o Candomblé à influência católica que é oriunda de Portugal. Essa retratação de múltiplas religiosidades em conexão com a feminilidade e a natureza traz ao trabalho de Maia uma aura mística. Segundo a artista, essa aura é proposital já que a fotógrafa entende que a misticidade é um dos aspectos pertencentes à subjetividade identitária da mulher.

**"Retrato o encontro com as essências femininas e feministas através do sentir da grandeza de ser mulher e das diversas formas que envolvem o verbo ser."**

Maia busca com esse projeto justamente a retratação disso, da feminilidade selvagem, natural, tendo em vista que essa é, segundo a artista, cotidianamente reprimida, sufocada, escondida ou desconhecida.

A liberdade é uma construção diária. Retratada: Clarissa Souza



Simbiose. Retratada: Dileora Arari

Esse projeto traduz o pensar fotográfico de Maia, que atualmente é voltado para o resgate da conexão do ser humano com o natural, chamando atenção para os ciclos naturais da vida. "Hoje defino o meu trabalho como um tipo de fotografia terapêutica, que se propõe a perceber e a tocar na pessoa retratada o seu lado sobre ser natureza, se entendendo como parte de seus ciclos, de nascimento e renascimento. Que é vida e morte, na transformação do tempo e da realidade. E assim me relaciono com a vontade de retratar e em certa medida também narrar algo das gentes, o (in)visível de um momento que se materializa dentro, fora, transpassando por nós," afirma. Veja um pouco mais do trabalho de Raquel Maia em seu perfil no Instagram, através do nome de usuário @raquelmaiafotografia. A fotógrafa atua no Brasil, nos estados do Paraná, Santa Catarina e Minas Gerais.



Saudação e entrega à Oxum. Retratada: Franciele Rayano



Siente el tiempo, el aire, el cielo. Volar. Ser pájara. Retratada: Júlia Rebelo

## VAGANTES COM PROPÓSITO: O CIBERPUNK AUTOBIOGRÁFICO NAS HQS/BANDAS DESENHADAS DE VESÚVIO

Gabriel Servat é um designer formado pela UFPR que assina suas publicações pelo nome de Vesúvio. O artista possui uma estética muito diversificada entre seus trabalhos, não possuindo uma plástica bem definida. Isso porque Vesúvio gosta e almeja a experimentação constante, dizendo que chega a se aproximar dos extremos no que diz respeito ao realismo e a abstração. No entanto, nas palavras dele, seu habitat é no meio do caminho entre esses, onde tem a liberdade de observar a realidade e alterá-la de acordo com como a enxerga.

Em *Vagantes com Propósito* - sua Graphic Novel em constante construção - isso fica evidente, tendo em vista que segundo o artista, ela já sofreu inúmeras metamorfoses desde sua primeira edição e que esse processo se dá, às vezes, de modo gradativo e outras, de forma abrupta. Vesúvio afirma que a ideia inicial da graphic novel veio do seu trabalho de conclusão de curso e que essa se encaixaria em evolução, tendo o próximo passo o lançamento de outros volumes. A obra segue uma linha de ficção autobiográfica, onde o autor narra seu cotidiano entre amigos num contexto futurista e cyberpunk, abordando alguns problemas sociais da contemporaneidade.

**"O cenário é uma cidade sem nome num futuro Cyberpunk, high tech, low life. Os problemas sociais são inflamados, as angústias da juventude transbordadas, os anseios por se viver uma vida simples e natural meramente sonhos."**

Vesúvio retrata em *Vagantes com Propósito* uma cidade distópica em que a tecnologia impera gerando desigualdade social. Tudo que é ecológico e naturalista é ilegal. Há, entretanto, quem vá contra esse sistema, como as donas de brecho clandestinos, que se aventuram em lugares inóspitos para fazer seus garimpos. Outro elemento forte presente na história é o ceticismo, que é visto como forma de resistência contra esse sistema em que a vida humana é inteiramente monitorada por computadores. A graphic novel conta com quase 40 páginas e Vesúvio planeja disponibilizá-la para download online em pouco tempo. Em nosso site você encontra as primeiras páginas dessa aventura.

**"Acredito no poder da imagem em comunicar de forma mais direta e sensível tanto conceitos abstratos, quanto sensações palpáveis."**

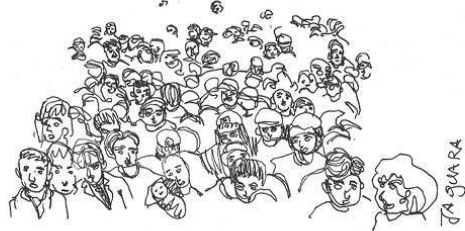
## GOAÇÃO FOI APENAS UM CACHORRO DE BOM: O TRABALHO VISCERAL DE JAGUARA

Rodolfo Corrêa, mais conhecido como Jaguara, é um artista de Curitiba que utiliza seu trabalho artístico como forma de expressão. Mesclando nesse desenhos monocromáticos e frases poéticas ou não, transparece os reflexos das angústias presentes na existência humana. Sua arte traz a quem a espera uma sensação de devaneio lúcido e aborda principalmente situações do cotidiano e questões como existencialismo, erotismo, depressão e ansiedade.

Essa diversidade de temas é acompanhada de uma estética de sketch, o que traz ainda mais, além desses, uma sensação de proximidade com o artista, fortalecendo a forma visceral e melancólica de seu trabalho. Jaguara traz sempre um sentimento para quem vê suas obras, às vezes racional, às vezes não, mas definitivamente humano. Jaguara publica seus trabalhos no Instagram e no Facebook, e pode ser encontrado pelo usuário @jaguara.png



HOJE PEGUEI O ÔNIBUS DE SEMPRE CEDO  
FUI PARA CIDADE ESCONDER O QUE ME DÁ MEDO  
FUI A PÁ E O CONEIRO NO MEIO DA MULTIDÃO  
A SETE PALMOS DE GENTE ESCONDI MEU CORAÇÃO

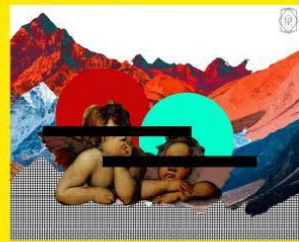




Maria Fernanda Dídimo é uma designer que iniciou suas aventuras com o colagemismo na graduação. Em entrevista, Dídimo afirma que descobriu sua paixão por essa forma de expressão artística quando começou a estudar sobre manipulação de imagem, usando a colagem como forma de explorar ferramentas de softwares de tratamento de imagem, o que traz para esse seu trabalho inicial uma forte vertente de experimentalismo. Em suas obras, a artista busca a mistura entre elementos de arte clássica e elementos gráficos, além de ter a presença marcante de fotografias e desenhos de animais. Dídimo revelou ainda que também trabalha com fotografia e que já embutiu em algumas de suas colagens, fotografias de sua autoria.

A artista afirma que prefere fazer suas colagens digitalmente, já que, segundo ela, as facilidades e possibilidades de exploração imagética no meio digital é imensa, se comparado com a analógica. Mas não só para fazer suas colagens que Dídimo refugia-se nesse espaço do digital. Afinal, segundo ela, foi lá que ela buscou a inspiração pra muito de seus trabalhos, sem no entanto se limitar somente a esse tipo de inspiração. A artista descreve seu processo de criação como algo muito espontâneo, muitas vezes fruto de uma inspiração súbita e que encontrou na colagem o meio perfeito para demonstrar seus impulsos artísticos, usando a inclusive como forma de externalizar sentimentos como a ansiedade, os medos e até mesmo as motivações que possui.

Atualmente, a designer mantém em paralelo um projeto em que mistura as suas colagens com moda, fazendo bolsas e pochetes que são estampadas com suas imagens emblemáticas. A artista diz que essa iniciativa aconteceu numa tentativa de dar mais visibilidade ao seu trabalho, tanto pelo fato de esse não estar mais unicamente restrito ao espaço virtual, quanto pela necessidade de trazer sua arte para o cotidiano das pessoas. Dídimo é a artista autora da nossa primeira capa, que foi feita exclusivamente para nós, esbanjando sua estética cativa num vendaval luso-brasileiro. Para conhecer mais do trabalho da colagista, você pode segui-la no Instagram através do usuário @mferdidimo, fotografia, além de seguir a sua marca de acessórios, a @md\_mariadorada



Katia Horn é um ser iluminado que respira arte e atualmente, se dedica às artes visuais. Entretanto, não é de hoje que a artista desenvolve sua produção artística. Horn já trabalhou com diversas formas de expressão ao longo de seus 53 anos, desde ilustração, pintura, teatro, performance, dança e por aí vai. Nas palavras dela, a arte marca a sua vida desde criança e ela sempre teve a necessidade de se expressar artisticamente, o que se fortaleceu como escolha de caminho a seguir quando entrou na faculdade de artes no Mato Grosso do Sul, aos 19 anos. Em entrevista, Horn afirma que sempre foi uma artista multifacetada, não obstante que tenha tendências maiores para as artes visuais e que após muitos anos trabalhando com teatro - como atriz, figurinista e cenógrafa - resolveu retomar sua produção enquanto artista plástica, experimentando com a gravura e a litologravura, técnicas que anteriormente não eram tão exploradas em seus trabalhos.



"A arte é uma necessidade espiritual num primeiro momento, de evolução. Acho que é uma busca, então eu estou sempre buscando desse processo evolutivo, porque a arte é o meu lado mais sensível, então é meu lado mais espiritual." - afirmou



Atualmente, a artista está desenvolvendo a Carimã, um de seus últimos projetos que consiste num jogo de três matrizes de desenho esculpidas em madeira, para que seu público possa também compor obras a partir de suas matrizes de gravura. Segundo a artista "por mais simples que ele pareça, porque é só um joguinho de carimãs, pra mim é um exercício, ao invés de vender a gravura, eu estou passando a vender também a matriz, a democratizar essa matriz e multiplicar as possibilidades que essa matriz teria se ela fosse só minha. E aí então surgem outras gravuras minhas que não sou eu que estou fazendo."

Para saber mais sobre a vida e a obra da artista, você pode conferir o bate-papo completo no nosso site, além de segui-la no Instagram pelo nome de usuário @artekatihorn onde ela publica suas obras frequentemente.

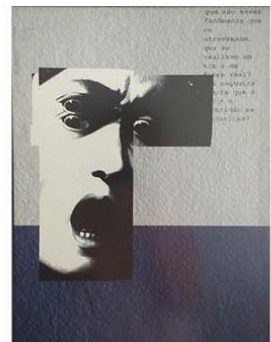
## YOUR HAND EYES:

CRÍTICAS E PENSAMENTOS ACERCA DA ARTE, ARQUITETURA, FILOSOFIAS E GIHAD EL KHOURI

Gihad El Khouri é a cabeça pensante por trás do projeto Your Hand Eyes, que propõe a transformação de poesias e filosofias em imagens. Para isso, o artista e acadêmico utiliza-se de colagens digitais e analógicas, usando referências teóricas como Deleuze, Derrida, Foucault, Bergson e Nietzsche no questionamento acerca da subjetividade, do corpo, da disciplina e do espaço. Esses questionamentos são traduzidos na criação de imagens que misturam postos em preto e branco, originários de fotografias ou oriundos de obras clássicas com elementos gráficos em tons vibrantes, o que traz forte contraste para a estética do seu trabalho.

Segundo o artista, a intenção desse projeto é investigar poéticas possíveis em afetos, pensamentos e conceitos filosóficos, realizando uma tradução, ou um retorno à imagem e para isso ele realiza constantemente pesquisas imagéticas e textuais.

"Pesquisa visual é a maior vazão do meu trabalho atual, onde eu pesquiso poesias e filosofias a partir de imagens, majoritariamente em colagens digitais mas também a partir de colagens analógicas."



Além de colagista, El Khouri é arquiteto e urbanista, sendo especialista em artes híbridas pela UTFPR e mestrando em teoria e crítica da arquitetura na UFRCs. Toda essa carga traz para o seu trabalho uma visão singular sobre espacialidade, arte e corpo, que é explicitada em seu trabalho. Além do Your Hand Eyes, o artista realizou outros projetos, como as instalações urbanas A.Cordia que foi realizada pela primeira vez durante o 1º festival #vagaViva na cidade de Curitiba, a partir do questionamento sobre os espaços urbanos, buscando imergir o usuário com sua proposta material e artística; e a Des.Vestir. que foi realizada no espaço de um container, utilizando-se de colagens padronizadas em manequins, em painéis além de cordas rosas tensionadas, na busca de uma reflexão sobre alguns elementos simbólicos da moda e sua relação com o espaço urbano.

Atualmente El Khouri se divide entre Curitiba e Rio Grande do Sul, no Brasil e mantém o Your Hand Eyes em construção. Para acompanhar o projeto, você pode segui-lo no Instagram, através do user @yourhandeyes onde o artista publica suas novas obras regularmente.



## UM RETRATO DO NOVO POR BRUNO SOTTI.

Meu nome é Bruno Sotti, tenho 21 anos e sou graduando de Design de Moda e ilustrador nas horas vagas, desde muito cedo me interessava por artes, acompanhava minha mãe em todas as aulas de arte que ela lecionava, desde de muito cedo tive contato com materiais de pintura e desenho além de aos 14 anos ter iniciado um pequeno curso de Corel Draw, sempre muito expressivo e sensível. Com o passar dos anos fui desenvolvendo melhor minhas habilidades com tais materiais desabrochando e me auto-conhecendo, formando hoje o que posso chamar de EU, na faculdade de moda tive a oportunidade de desenvolver ainda mais minhas habilidades gráficas e de ilustração, tendo também a oportunidade de realizar um intercâmbio para Portugal.

Sempre tive muito interesse em ter uma experiência internacional, em 2018 minha vida estava revirada, estava pensando em trancar o curso, foi quando saiu um edital para mobilidade internacional, com toda a minha vida estagnada e virada ao avesso eu precisava suprir a necessidade do NOVO foi então que na 1ª oportunidade me inscrevi no edital, não sabia nem o nome da cidade só me inscrevi. Tudo deu tão certo, quando vi estava embarcando no avião, foi quando me dei conta de que algo estava me atraindo para essa cidade... A cidade? Portalegre - Portugal.

Portalegre... Uma cidade pequena, longe de tudo, mas que naquele espaço de tempo havia algo muito importante para mim e eu ainda nem sabia. Quando o ser humano está em uma situação vulnerável emocionalmente em outro país ele se adapta ao novo meio, era disso que precisava, pessoas fora da minha bolha social compartilhando e absorvendo novas experiências, das quais eu nem imaginava que precisava. Durante esse período com receio de minhas memórias se perderem no tempo registrei em meu sketchbook algumas cenas, nascidas da minha visão artística sobre os fatos que vivi, uma jornada em busca de respostas, um deleite sobre a vida cotidiana e dos pequenos momentos que deixamos passar, preste atenção no novo, você está rodeado dele. Para ver o resto do projeto, acesse o site da Lusôbra Artes.



Foto: Joana Cidades

## CONHEÇA "LETTERS", O ÁLBUM-CARTA DA BANDA CLARABOIA

Clarabóia é uma banda portuguesa que desabrochou em 2015 após anos sendo uma (ou várias) banda de garagem na época em que seus membros frequentavam o liceu (o ensino médio no Brasil) e tem um nome que traduz muito bem o olhar não convencional que a dupla musical tem sobre sua produção e sobre o mundo, tendo em vista que clarabóia é uma espécie de janela que permite olhar em direção ao infinito do céu, numa perspectiva fora do comum. Em entrevista, Filipa Ribeiro (voz e percussão) e Rui Siqueira (voz e guitarra), revelaram pra nossa redação que a partir de então, as produções começaram a tomar um tom mais profissional, o que levou ao planejamento e a concretização do primeiro álbum da banda, o "Letters", que foi lançado em Junho desse ano.

Capa do álbum Letters  
Lançado em 2019 por Clarabóia



O álbum carrega esse nome porque, segundo os músicos, ele é composto por um conjunto de canções feitas em diversas fases de suas vidas e acabam por funcionar como cartas escritas para eles mesmos do passado. Essas cartas tem tom bastante pessoal, trazendo em si uma alternatividade entre a melancolia e a animação, além de mostrarem-se com sons harmoniosos, podendo ser classificados dentro do espectro que são os gêneros musicais como indie ou pop dream. Entre essas cartas estão os singles Little Seed e New Picture, que foram lançados no ano anterior, como uma espécie de pré-estreia da banda.

Em tom irreverente os artistas revelam que suas referências são um tanto quanto espontâneas, e que buscam inspiração em suas próprias vidas, nos momentos, nas emoções, nas descobertas, enfim, transformam coisas cotidianas em arte. A banda já passou por cidades como Lisboa, Beja, Portalegre, Porto e Coimbra e os músicos afirmam que agora estão focados na promoção do Letters, sem, entretanto, deixar de lado os comichões para produzir musicalmente e lançar no futuro seu segundo álbum.

Para conhecer um pouco mais sobre a banda, pode acompanhá-los em plataformas como o Spotify e o Deezer, além de segui-los nas redes sociais Instagram e Facebook através do nome de usuário @claraboiamusica.

## MÚSICA



Vitor "Vilaloki" Vilasanchez, baixista e compositor de música eletrônica lo-fi, tenta expressar sua personalidade em cada composição misturando timbres, melodias e ritmos de gêneros variados da música eletrônica. Juntando referências como Beroshima, Isolê, Mr Oizo e uma paixão por arpeggios, compõe músicas que buscam juntar a energia frenética do techno à melodia e leveza do house ou downtempo. Confira Vitor "Vilaloki" Vilasanchez no SoundCloud.



Texas Indie é uma banda que junta o que o nome sugere: Indie com Country, o que faz do seu trabalho, muito peculiar. Suas influências são vastas, passando por Hot Chili Peppers, Queens of the Stone Age, The Raconteurs, etc. No single de estreia Out of Reach a banda começa a expor seu lado mais autoral, fortalecendo sua identidade. É possível encontrar o single nas plataformas Spotify, Deezer e Apple Music e se ficou um gostinho de quero mais, pode encontrar também as outras músicas do álbum, além disso nas redes sociais Instagram e Facebook, pelo user @texasindiecb, onde a banda divulga e compartilha horários e datas das suas apresentações.



Foto: Carlos Mazetto

## O SOM PSICODÉLICO DE DIDI FIORUCCI & OS VIAJANTES DO TEMPO

Uma viagem pelo tempo e espaço do seu interior. O dia nasce aí dentro e lá fora, carregamos bagagem, mas o que vem à frente é o que importa, o que ainda virá a ser passado. Do mais calmo ao mais agitado. O que reflete e o que é falado. Do mais palpável ao intocável. O dia termina e o tempo parece nunca ter passado. Para além da escolha, o que foi e o que será já está determinado. Quem é você depois do que é falado?

A banda Didi Fiorucci & Os Viajantes do Tempo é composta por Didi Fiorucci (Violão e voz), Frá Vidovix (Sintetizadores), Érico (Bateria) e Heitor Schumann (Baixo). Natural de Curitiba, se formou no fim de 2017 tocando as composições de Didi Fiorucci. Desde lá entrou em processo de gravação do disco lançado em dezembro de 2018, "A Manhã", que sintetiza e demonstra o trabalho da banda até então. O disco foi gravado pela própria banda, em home studios diferentes, produzido e mixado por Didi Fiorucci e masterizado por Frá Vidovix. O lançamento foi feito de forma independente e o álbum é distribuído pela Tratore.

A banda se apresentou em diversos eventos em Curitiba e no estado do Paraná como: festival Rock On de Antonina, Poeme-se 5 e 6 (2017 e 2019), Expo Palmeira 2018 e 2019, Rainbow fest 2K19, festival Pocket Cultural e o lançamento do disco A Manhã no 92 graus. Trabalhando com influências diversas, desde a MPB, o Tropicalismo, o rock psicodélico, o post rock até pitadas mundiais de world fusion, a banda se propõe a um som reflexivo e expansivo, do tranqüilo ao pesado, que trata de assuntos espirituais e universais.

Questionamentos historicamente ligados ao âmago do ser humano, como propósito e papel no mundo em relação a passagem do tempo e às mudanças da vida. Para acompanhar o trabalho da banda, você pode segui-los no Facebook pelo user @didifioruccimusica ou em outras plataformas como o Spotify, Deezer, Itunes e Tratore.



Foto: Carlos Mazetto



A Loading Ideas, é uma empresa de Design de Comunicação sediada em Portalegre.

Desde o início que somos empresa inovadora, satisfazendo os clientes com produtos e serviços inovadores com um design de elevada qualidade que tem por base uma equipa que aposta na conquista da liderança de mercado, sempre baseada em elevados critérios de qualidade do seu trabalho.

A actividade da empresa centraliza-se na prestação de serviços, nas áreas de Design Gráfico, Web Design, Multimédia, Ilustração e produção de materiais gráficos, mais direccionado, mas não exclusivamente, para o tecido empresarial.

A Loading procura constantemente, aumentar o seu "know how", no desenvolvimento da sua actividade, criando cada vez maior valor para o cliente.



CONTACTOS E REDES SOCIAIS



Av. do Brasil, nº8, escritório 8  
7300-068 Portalegre geral@loadingdesign.net  
facebook.com/loading.ideas (+351) 245 081 161



Foto: Thayna Bressan

## “A ARTE PRA MIM É A COMUNICAÇÃO”

### RAUL LADEIRA NOS RECEBE EM SEU ATELIER, CONFIRA SEU TRABALHO

Raul Ladeira é um designer, fotógrafo e artista plástico da cidade de Portalegre. Ele recebeu a nossa redação em seu atelier e em entrevista revelou que se considera um fotodesigner. Isso porque seu trabalho enquanto fotógrafo tem muitos referenciais de elementos gráficos e que, quando necessário, faz fotografias para inserir em seus trabalhos como designer. Ladeira expôs também que além desses trabalhos fotográficos voltados para o design, ele também tem seus projetos pessoais que vão de encontro a arte.

Nesses projetos mais artísticos e pessoais, o fotógrafo traz muito das artes plásticas, sobretudo da pintura, que é a sua primeira formação e tem apreço pela materialização de suas imagens, ampliando-as através de processos digitais ou analógicos em materiais diversos que vão além do papel fotográfico, como painéis e telas em Fine Art.

**“Eu gosto de confundir um pouco quem vê uma exposição porque a minha fotografia puxa muito pela pintura... Há determinados materiais, como a tela, que dão esse ar de trabalho plástico pra fotografia e agrada-me porque eu vim da pintura.”**

Raul começou sua produção artística ainda muito jovem, quando entrou para o liceu e conta que caiu no mundo das artes por acaso. O fotógrafo expõe que após o 25 de Abril o ensino mudou em Portugal e a educação a partir daí começou a ser muito experimental.



Foto: Raul Ladeira

Quando chegou ao nono ano, com 14 anos, se inscreveu em Jornalismo porque desde aquela época já tinha apreço pela fotografia e almejava ser fotografo. Entretanto em Portalegre não houve inscrites suficientes, o que o levou a se inscrever no curso técnico de artes e design que também ofertava a disciplina de fotografia. Foi um tiro no escuro para Ladeira que acabou resultando bem, já que, nas suas palavras “eu arte sabia o que era, agora design? não.” Depois de acabar o liceu, o fotógrafo foi para a faculdade de Belas Artes e a partir de então começou a dar aulas e workshops de comunicação visual.

Na visão do artista, as artes e a comunicação são muito intrínsecas, sendo que a diferença entre esses fatores está na forma e no que se comunica. Um de seus últimos projetos é o “Antropomorfismos”, que segundo Ladeira, começou como um trabalho irônico que foi ao longo do tempo criando diferentes perspectivas. A série de fotografias consiste no resgate visual de elementos da natureza que se assemelham ao corpo humano, na estética singular da fotografia analógica, pendendo às vezes para o humor, às vezes para o divino. O fotógrafo revelou que tem a pretensão de transformar o projeto em livro, mas que não tem pressa. Ao falar desse projeto, afirmou que gosta de compor com as formas da natureza e que essa questão dela se assemelhar ao corpo humano pode não ser tão explícita.

**“Por isso que é interessante a fotografia. A fotografia é reprodução do real? não é. Cada pessoa vê a sua coisa.”** - Afirma.



EXPRESSÃO ARTÍSTICA ATRAVÉS DA AUTO-IMAGEM.

## CONHEÇA O TRABALHO DE GABRIEL WATONIKI

Gabriel Argento Watoniki é um designer de 24 anos que vem ganhando reconhecimento pelo seu trabalho. Com suas elaboradas maquiagens criativas, o artista se expressa através de auto retratos singulares. Watoniki conta que suas referências são bastante diversas, passando desde animes japoneses dos anos 90 que via na infância, indo até o movimento artístico impressionista.

**“A maquiagem pra mim tem um grande impacto pois é um tipo de arte feita não em uma tela branca e crua mas sim em um rosto, em uma pessoa que em si carrega muitos significados.”**

O artista conta que suas primeiras experiências com maquiagem foram no ambiente universitário, onde fez amigos que habitam o universo Drag Queen. Quanto mais passou a aprender sobre o assunto, mais uma paixão crescia. Ele afirma que não fez nenhum curso de maquiagem e por isso não se considera um maquiador profissional, usando a maquiagem em conjunto com a fotografia como forma de expressão. Em entrevista, o artista diz que usa algumas das coisas que aprendeu na graduação de design nas suas produções, como a teoria da cor, a fotografia e a composição, entretanto não considera que seus trabalhos artísticos são um produto de design.



Foto: Gabriel Watoniki

Para criar suas obras, Watoniki diz geralmente partir de uma ideia clara que tem, deixando-a amadurecer antes de executar. Watoniki diz que seu trabalho possui muitos significados, foram aqueles que inspiraram outras pessoas a criarem suas próprias versões, o que aconteceu com o delineado de asa branca, além de chamar a atenção para um de seus trabalhos, em que explora o conceito de arte no rosto sem utilizar maquiagem.

Impressionável para seu trabalho é a fotografia, considerando que ele vai além da maquiagem, sendo - segundo o artista - todo o trabalho final. Dessa forma, Watoniki traz na fotografia o complemento perfeito para a arte que faz em sua pele. Pode-se encontrar mais dos trabalhos do Gabriel no Instagram pelo user @watoniki onde além das suas obras, ele compartilha tutoriais e inspirações.



## GROTESQUE FLEUR: A VISUALIDADE FÚNEBRE DE KIMBERLY ALICE

Kimberly Alice é uma estudante de artes visuais na Faculdade de Artes do Paraná. Ela iniciou sua produção artística ao entrar na graduação em 2016 e desde então, encontra-se em constante evolução. Suas obras têm forte influência da subcultura gótica e por esse motivo tendem a tomar, segundo a artista, uma visualidade fúnebre. Alice afirma que essa tonalidade obscura está presente desde o começo de sua produção, tendo em vista que, além da influência desse movimento social, ela também toma como inspiração filmes de terror e a literatura. Em suas obras, a artista retrata angústias pertencentes à existência humana, focando em temas como bipolaridade, dissociação e ansiedade, temas que segundo ela, são retratados muito naturalmente tendo em vista que usa a arte como uma catarse dos momentos de sua própria agonia. Visualmente, a artista também tem inspirações nas obras de artistas como Iberê Camargo e David Lynch.

Nas suas pinturas, Alice usa de interrupções de cor e cores contrastantes, e também, rasuras na tela e rasuras nas figuras, o que traz para seu trabalho uma forte expressão das sensações intrínsecas nas temáticas que retrata. Fazendo com que haja uma forte representação da exteriorização de contextos como ansiedade, dor, depressão e mánia.

Além de pinturas, colagens também fazem parte do acervo de Kimberly Alice. Nessa forma de expressão artística, a artista incorpora palavras em sua linguagem visual, fazendo em alguns casos, a exploração de jogos de significados entre elas, permitindo ao seu espectador livres e amplias formas de interpretação.

Além disso, outras de suas obras trazem em si uma atmosfera burlesca e romântica, entretanto, sempre retratando temas relacionados à psique, em composições que exprimem diferentes estados psicológicos e a assimetria dos fluxos mentais. É possível acompanhar o trabalho da artista através do Instagram pelo user @kimberlyalice, em que ela disponibiliza alguma das suas obras para visualização.



**“Acredito que minha produção resulta em trabalhos com uma aura romântica e caótica, simultaneamente.”**



## QUEM SÃO NOSSOS APOIADORES?

### CAE de Portalegre

O CAE é o Centro de Artes e Espetáculos da cidade de Portalegre e consequentemente, é um de seus polos culturais. Ele conta com uma programação vasta, sendo o principal de atividades culturais no espaço temporal de Setembro a Julho. O CAE é localizado no centro histórico da cidade e tem uma infraestrutura versátil, adaptável a diferentes tipos de atividades. Para conferir a programação e mais informações é possível acessar seu blog, suas redes sociais como o Instagram e o Facebook pelo nome de usuário @caedeportalegre, além do livroto oficial que pode ser obtido em alguns pontos de distribuição na cidade.



### Pátio da Casa Café Concerto

O Pátio da Casa é outro polo cultural da cidade de Portalegre, sendo a morada oficial da FICAR, associação dedicada à promoção da arte e da cultura local. Por esse motivo, o café acorcheante traz em si uma programação de poket shows de músicos nacionais e internacionais, além de ter um espaço para a realização de exposições artísticas, que está sempre em funcionamento. A associação começou com um grupo de amigos e atualmente conta com mais de 300 associados. Para acompanhar a programação e conhecer um pouco mais desse espaço único e original, siga-os no Facebook pelo user @patiodacasa e no Instagram, pelo user @patio\_da\_casa.



### Loading Ideas

A Loading Ideas é uma agência de comunicação e Design sediada em Portalegre. Ela traz em seu repertório ideias inovadoras e criativas para seus clientes, além de apoiar projetos culturais como o nosso. A atividade da empresa centraliza-se na prestação de serviços, nas áreas de Design Gráfico, Web Design, Multimídia, Ilustração e produção de materiais gráficos, sendo mais direcionada para o tecido empresarial, entretanto não trabalha com isso exclusivamente. Para saber mais, acesse o site loadingdesign.net e siga-os nas redes sociais Facebook e Instagram através do user @loadingideas





**Anexo 34 - Modelo de apresentação destinada aos apoiadores - *Loading ideas***





## CONHEÇA A LUSOBRA ARTES

A LusoBra Artes é um veículo de comunicação que nasce da vontade de fomentar, reportar e incentivar a produção artística independente no Brasil e em Portugal.

Com ela, queremos dar espaço m(e)idiático aos artistas que não se encaixam no senso comum e de maneira democrática incentivar a discussão e a visibilidade artística no espaço público.

Ela faz parte de um projeto de mestrado em média e sociedade pelo Instituto Politécnico de Portalegre e se propõe fomentar a cena cultural, principalmente de Portalegre e Curitiba, que são as cidades berço desse projeto

Ativar o Windows  
Vá para Configurações para ativar o

## COMO FUNCIONA A LUSOBRA ARTES


Estamos abertos a todo e qualquer tipo de arte e contamos com conteúdos colaborativos, ou seja, além das matérias feitas pela nossa redação, também publicamos materiais que nos são enviados pelos próprios artistas





## O LANÇAMENTO

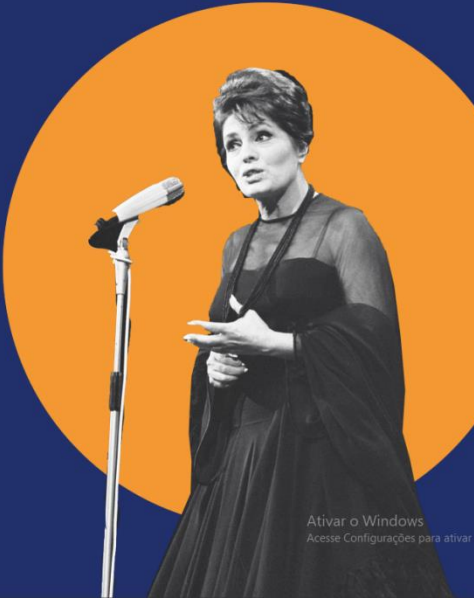
O evento de lançamento será no dia **12/10** na cidade de **Portalegre** em um dos nossos apoiadores, o bar **Patio da Casa** e contará com a presença da banda **Sundy**, além de microfone aberto, para que os participantes do evento possam compartilhar suas artes.

## PRA QUE PRECISAMOS DA SUA AJUDA?

A Loading é a principal empresa de design de comunicação da cidade e por isso, tem influência no que tange a divulgação de eventos.

Sendo assim, queremos seu **apoio para a divulgação**, principalmente do evento de lançamento, para o qual vamos fazer cartazes e Flyers para espalhar pela cidade. Gostaríamos de saber se podem nos doar a **impressão desses cartazes e flyers**, além da impressão dos **10 exemplares da revista** e das **10 exemplares da Fanzine**, que será feita para o pré-lançamento que será realizado junto ao CAE



## O QUE OFERECEMOS EM TROCA?



Disponibilizaremos para todos os nossos apoiadores um **espaço no site da LusoBra artes**. Nesse espaço, escreveremos uma matéria de cunho jornalístico sobre a organização.

Além disso, colocaremos o **logotipo nos cartazes** de divulgação do evento, que serão espalhados pela cidade.

Também realizaremos **postagens nas redes sociais** ao longo dos meses de setembro, outubro e novembro.

E disponibilizaremos uma página para que a Loading faça publicidade.



Ativar o Windows  
Acesse Configurações para ativar o



## OBRIGADA PELA ATENÇÃO!

Thayna Bressan, mestranda em  
Média e Sociedade pelo IPP.

**Conta(c)tos:**

lusobrarts@gmail.com  
thaynabs@gmail.com  
+351 910 699 244

Ativar o Windows  
Acesse Configurações para ativar o

Anexo 35 - Foto da *fanzine* de divulgação

