

UNESP - UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
DCSO - Departamento de Comunicação Social
FAAC - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Curso de Jornalismo

MEMORIAL DE PROJETO EXPERIMENTAL

Motirõ: pautando o urbanismo e a coletividade

Bauru, 2014

Laís Restivo Semis

MEMORIAL DE PROJETO EXPERIMENTAL

Motirõ: pautando o urbanismo e a coletividade

Memorial de Projeto Experimental apresentado
em cumprimento parcial às exigências do Curso de
Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, do Departamento de Comunicação Social,
da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Julio de
Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social - Jornalismo.

Orientador do Projeto Experimental:
Prof. Dr. Mauro Souza Ventura

Bauru, 2014

Aos meus pais e às Pagus,
que se tornaram minha segunda família.

Agradecimentos

A todos aqueles que apoiaram, incentivaram,
inspiraram e colaboraram
direta ou indiretamente para
a realização desse projeto

*“O urbanismo não é somente o estudo daquilo que aconteceu
e do que é possível que aconteça, mas é sobretudo,
a imaginação do que é possível fazer acontecer.”*

Bernardo Secchi

Sumário

Introdução	7
 1 – Jornalismo de Revista	
1.1 Contexto Histórico.....	8
1.2. Características.....	9
1.3. Linguagem & Abordagem.....	12
1.4. Quanto ao Projeto Gráfico.....	14
1.5. Análise do Mercado de Revistas no Brasil.....	15
1.6. Objetivos do Produto.....	19
 2 – Projetando a Motirõ: pautando o urbanismo e a coletividade	
2.1. Ideia & Surgimento	20
2.2. Análise do Mercado de Revistas de Urbanismo.....	21
2.3. Urbanismo em Pauta.....	23
2.4. A Proposta.....	25
2.5. Projetando a Motirõ.....	27
2.6. Escolha das Editorias & Pautas.....	27
2.7. Fontes & Entrevistas.....	30
2.8 Público Alvo.....	33
2.9. Descrições do Produto.....	33
2.10. Projeto Gráfico	
2.10.1. Logo e Slogan.....	33
2.10.2. Capa.....	35
2.10.3. Malha Gráfica.....	39
2.10.4. Tipologia.....	40
2.11. Custos do Projeto & Equipamentos.....	41
2.12. Cronogramas de Planejamento.....	42
2.13. Atividades Desenvolvidas & Colaboradores.....	47
 3 – Comentários	
3.1. Dificuldades Encontradas.....	48
3.2. Considerações finais.....	48
 4 – Bibliografia	
4. Bibliografia.....	50

Introdução

O projeto da Motirõ surgiu da vontade de pesquisar temas urbanísticos e da falta de um espaço consolidado dentro do jornalismo especializado para tratar do tema com profundidade. A proposta de criação de uma publicação especializada na área veio de encontro com essa problemática. A ideia era levar temas debatidos no planejamento urbano para o dia a dia, aplicados na prática e vida das pessoas; desmistificando o urbanismo como uma disciplina técnica e mostrando que a cidade é um espaço de disputa e discussão não só de arquitetos, urbanistas, engenheiros e gestores públicos, mas que diz respeito a todos nós.

A produção consistiu numa revista de urbanismo de 54 páginas, 10 editoriais e 8 reportagens que tratavam de temas relacionados à mobilidade, futuros criativos, comportamento, habitação, segurança, desenho espacial, transporte, políticas urbanas e artigos de opinião.

Introduzindo temáticas que dialogam e influenciam diretamente em nossa vida, foi impossível ignorar a fala de Jane Jacobs em *Morte e Vida de Grandes Cidades*: “é uma insanidade urbanizar cidades de modo a desperdiçar esse potencial humano”, assim além de informar, a imprensa também pode através das informações e incitando debates, formar as pessoas.

A Motirõ busca apresentar a cidade muito além do seu caráter espacial. E acredito que a descrição que integra logo as primeiras páginas do livro *Territórios Híbridos: ações culturais, espaço público e meios digitais*, produzido pelo grupo Nomads.usp, resuma um pouco do que procurei descobrir nas reportagens para este trabalho – a partir de um conceito mais amplo do que costuma-se destinar ao falarmos da cidade na mídia. “Desenhar a cidade contemporânea não se limita a desenhar seus espaços físicos. Entendendo a cidade como a densa sobreposição de zonas de fronteiras entre culturas, entre mentalidades, desenhar a cidade, hoje, é desenhar o locus da diversidade, a cena onde a coexistência de diferenças ocorre, infinitamente”. E são esses dois traços de desenhos que busquei traduzir na Motirõ.

Capítulo 1 - Jornalismo de Revista

1.1. Contexto Histórico

As revistas surgiram no século XVIII, na Europa, com a missão de destinar-se a públicos mais específicos do que os jornais mantinham e aprofundar os assuntos que eram noticiados superficialmente por eles. No entanto, sem chegar ao mesmo teor de conteúdo do que os livros, considerados ainda instrumentos de elite e, por isso, pouco acessíveis à população como um todo. (SCALZO, 2004)

No século seguinte, as revistas foram ganhando espaço, impulsionadas pelo aumento do índice de escolarização e avanço técnico das gráficas, o que resultou no aumento da tiragem, do número de edições e no consequente barateamento do valor final do produto, contribuindo para o sucesso e consolidação das revistas. O aumento das tiragens entrou numa relação de mutualismo com os anunciantes, que viram ali uma oportunidade de entrar em contato com um público mais amplo – ao mesmo tempo que permitia levar mensagens mais direcionadas para os públicos segmentados. O investimento financiava as produções da revista e tornava possível baixar o preço do exemplar, popularizando o produto e fazendo “as tiragens crescerem na mesma proporção” do investimento. (SCALZO, 2004)

Em 1808, a chegada de Dom João marca o início da imprensa no Brasil e a Independência, em 1822, o da imprensa brasileira. Entre as razões do atraso da implementação da imprensa por aqui pode-se destacar a natureza feitorial da colonização, predominância do analfabetismo, ausência de urbanização, precariedade da burocracia estatal e o reflexo da censura metropolitana. (ROMACINI; LAGO, 2007, p.19-21)

Foi nesse período, juntamente com a corte portuguesa, também que as revistas chegaram no Brasil. “As Variedades ou Ensaio de Literatura” foi a primeira revista a ser impressa no país, lançada em 1812, em Salvador. Imitando os modelos do exterior, a publicação trazia uma variedade de assuntos que iam desde artigos de estudos científicos até novelas. (DOURADO, 2012, p.224)

Já a primeira revista especializada brasileira era dedicada aos novos médicos do país e intitulada “O Propagador das Ciências Médicas” (1827). No ano seguinte, o Brasil apresenta um de seus maiores fenômenos editoriais, estabelecendo uma nova linguagem, trazendo grandes reportagens e focando no fotojornalismo com o lançamento da revista “Cruzeiro”, criada por Assis Chateaubriand. Outra revista que desempenhou um papel importante na imprensa nacional foi a “Visão” (1950), apresentando um modelo de jornalismo voltado para a clareza e análise das informações. (SCALZO, 2004)

As revistas representam épocas, descrevem um tempo e, por isso, através delas é possível conhecer e entender mais sobre a história e cultura de cada lugar. “Ali estão os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizaram grupos de pessoas”. (SCALZO, 2004)

Assim, os períodos de intensas mudanças também refletem nas publicações. A Belle Époque (que se iniciou no fim do século XIX e seguiu até a I Guerra Mundial), por exemplo, trouxe uma série de avanços científicos e tecnológicos, além de profundas transformações culturais, o que repercutiu em novas formas de pensar e viver o dia a dia. E, como dito, acompanhando as mudanças, as revistas também se renovam, inovando tanto em formato quanto no lançamento de novos títulos. (SCALZO, 2004)

1.2. Características

Apesar de se utilizam do que está em evidência nos noticiários, as revistas, no entanto, por contarem com uma periodicidade maior e, conseqüentemente, um tempo maior de apuração, podem se dedicar a uma pesquisa e documentação maior, além de poder trabalhar mais seus textos e preenchem as lacunas de informação deixados pelas coberturas diárias. Também por isso, esse tipo de publicação rompe com a padronização cotidiana do hard news, inovando na elaboração e produção de suas reportagens. Também com conteúdo menos factual e mais analítico, os conteúdos das revistas demoram mais a envelhecer. (VILLAS BOAS, 1996, p. 9)

A noção de presente do jornalismo de revista é estendida já que dentro dele o fato atual representa o contemporâneo e não, necessariamente, o novo.

Ele instaura a experiência como fator relevante em sua apresentação. Essa experiência pode ser tanto relacionada aos modos de vivência do presente quanto através das experiências de outras pessoas pela identificação. (BENETTI, 2013, p. 45-46)

Diferente dos jornais, as revistas também nascem menos engajadas a tendências políticas e ideológicas.

“As revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação mais modestos do que os jornais, muitas vezes as revistas não conseguiram ter acesso à mesma tecnologia e por isso acabavam tendo de criar modelos paralelos. [...] Talvez esse fator também tenha ajudado a reafirmar a vocação desse tipo específico de publicação, que se vê empurrada a desenvolver uma natureza diferente, mais afastada do noticiário, mais preocupada em buscar caminhos alternativos, a encontrar sua própria função, seu público e linguagem” (SCALZO, 2004)

A cobertura dos jornais que se faz no domingo se assemelha mais à cobertura das revistas do que comparada aos outros dias da semana, principalmente se tratando dos cadernos de cultura, que tanto em sua forma textual quanto estética tem buscado um estilo próximo aos produzidos para revistas. (VILLAS BOAS, 1996, p. 67)

“Aos domingos, o jornal amplia seu enfoque e seu aspecto, e é o mais consistente. Na edição de domingo, como na revista informativa geral, a reportagem é a base do êxito. Do mesmo modo, a periodicidade de uma revista é fator determinante para o estilo do texto. O modelo de jornalismo comum de segunda a sábado é o factual, menos adaptável ao domingo por ser menos interpretativo.” (VILLAS BOAS, 1996, p.68)

A especialização das revistas representa uma busca em aprofundar o conhecimento e preencher lacunas deixadas pelas notícias factuais. À medida que o volume de informações cresce, a tendência é apostar cada vez mais na personalização. A antiga ótica de buscar atingir grande parte da população com a mesma mensagem e na mesma linguagem já não se encaixa com a velocidade e variedade de informações que circulam na internet. Se essa é uma tendência geral dentro da comunicação que cada vez mais tem adeptos da TV à cabo, por exemplo, – com canais dedicados exclusivamente à séries, saúde, história, música ou esportes, – as revistas antecederam a problemática. Elas, em sua natureza, já valorizam a formação de um público específico. (ABIAHY, 2005, p.10-11)

Além de formar e atender diferentes nichos de mercado, a especialização representa esses grupos receptores. E ao ter a mídia ocupada pela diversidade de assuntos, ela dá espaço para tratar de temas sem destaque anteriormente. (ABIAHY, 2005, p. 16)

As produções segmentadas indicam e reconhecem a existência de públicos diferenciados, muito além da massa. Dessa forma, o jornalismo especializado constrói uma linguagem e intimidade com os públicos de acordo com o interesse, fugindo de um “padrão médio” sem público definido. (ABIAHY, 2005, p.25)

“Afim, ao trabalhar com uma informação que visa atender os determinados segmentos, o jornalismo especializado substitui o hábito de elaborar uma mensagem sem identidade, apenas baseada no modelo padrão de receptor. Os jornalistas passam então a valorizar estes receptores como pessoas com expectativa e interpretação própria das informações ao invés de elaborar uma mensagem para a massa, termo que com o tempo torna-se cada vez mais pejorativo.” (ABIAHY, 2005, p.26)

Segundo Abiahy, a revista especializada é procurada, especialmente, por duas razões opostas: por entretenimento, tratando de temas de preferência do leitor e pelo caráter de aprimoramento técnico, de estudo para aqueles da área de especialização de cada publicação. Por conta das revistas avançarem sobre o campo das profissões – imagine a Globo Rural ou a AU (Arquitetura e Urbanismo) – elas transmitem o que está acontecendo na área de especialização das profissões, trazendo novidades sobre produtos, técnicas, mercado, pesquisas e análises. As revistas especializadas são também uma ferramenta de atualização do profissional. (ABIAHY, 2005, p.23)

Visivelmente, as revistas são diferenciadas das outras publicações impressas por seu formato que além de ser fácil de carregar e colecionar, contam com uma qualidade de impressão que garantem a qualidade da leitura e demora mais envelhecer. O formato mais comum das revistas costuma ser o de 20,2 x 26,6 cm por melhor utilizar o papel e, conseqüentemente, representar uma economia no valor de produção. No entanto, com as tecnologias disponíveis atualmente já é possível produzir outros formatos sem elevar tanto os preços de custo. (SCALZO, 2004.)

Um fator importante para a sobrevivência de uma revista é saber definir seu público-alvo, é preciso conhecê-lo e saber ouvi-lo. A revista e o leitor precisam estar em sintonia. Para isso, é possível aplicar pesquisas (qualitativas e quantitativas) ou mesmo se utilizar de telefonemas, das “cartas do leitor” ou e-mails como “termômetro” para medir os acertos e erros da revista e conseguir diagnosticar melhor o que agrada e instiga ou não o seu leitor. É desse contato também que podem surgir novas ideias e pautas. (SCALZO, 2004)

Se uma revista tem um público amplo demais ela acaba caindo na mesma posição dos jornais diários ou outros meios não especializados, sendo obrigada a se basear em repertórios linguísticos e formatos mais tradicionais para tratar dos assuntos porque ela está falando com diferentes classes e para diferentes grupos de interesses. (VILLAS BOAS, 1996, p. 71)

“As revistas têm a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso à eles. E justamente aí reside o maior desafio de quem quer, atualmente, descobrir novos mercados e trabalhar em revistas. É preciso entender as tendências que estão surgindo e quais delas podem traduzir-se em novos títulos. É usar a tecnologia para reduzir custos e fazer publicações cada vez mais segmentadas, para grupos restritos, com circulações pequenas.” (SCALZO, 2004)

Os gostos são indicadores consistentes de nossa própria auto-definição. Somos a integração daquilo que conhecemos e que cabe ao nosso gosto. Por isso, cada um é diferente em relação ao outro, contudo, inevitavelmente todos fazem parte de algum grupo que compartilha interesses. (BENETTI, 2013, p. 47)

1.3. Linguagem & Abordagem

Quanto à linguagem a revista se destaca por falar diretamente com o leitor, podendo tratá-lo por “você”, existe uma intimidade entre os dois, a revista procura sempre saber o que o leitor quer e até antecipar seus interesses dentro da especialização. (SCALZO, 2004)

Vale lembrar também que o público de uma revista não consiste apenas, necessariamente, num grupo fechado de interesse da segmentação, do seu leitor frequente, ela pode ter um grupo de leitores temporários que se renovam. (ABIAHY, 2005, p. 21)

“Algumas publicações como *Arquitetura & Construção* e *Reformar e Construir*, que tratam do tema anunciado, embora o assunto seja específico, seu público vai desde o leitor que está reformando sua casa, até o engenheiro ou arquiteto que busca atualização na área. De onde concluímos que estas revistas não podem ser consideradas exclusivamente técnicas.” (ABIAHY, 2005, p. 21)

Os textos das revistas se diferenciam por explorarem lados mais analíticos dos temas, produzindo reportagens mais interpretativas e tendo liberdade para se utilizar de recursos estilísticos e textos mais criativos “geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário”. Apesar de seguir os padrões jornalísticos, eles não impedem que o texto na revista tenha um “rebolado diferente”. (VILLAS BOAS, 1996)

“O texto de revista se propõe mais abertamente a interpretar o fato. Depois de ‘assentada a poeira’, vem a reflexão, a visão mais detalhada do contexto, a narrativa instigante e atraente, que faz o leitor mergulhar na ‘história’.” (VILLAS BOAS, 1996, p.14)

Ao contrário das revistas, o jornal diário é de leitura rápida, por isso usos conotativos de palavras são aceitos apenas em situações especiais para não gerar confusão; a padronização no jornalismo diário é essencial por conta de sua velocidade. Contudo, mesmo na produção textual das revistas, é preciso cuidado para que a escolha das palavras não comprometa a clareza das ideias. (VILLAS BOAS, 1996, p. 18)

Ainda quanto o desenvolvimento do texto, o jornalismo de revista deve buscar valorizar os verbos *dicendi*, pois as fontes, os personagens da reportagem podem bem ter reações e falas que não se limitam ao “disse” ou “afirmou”. Eles – e também o texto – podem se utilizar dos tons expressados nas falas e ser transmitidos ao leitor. (VILLAS BOAS, 1996, p.20)

Em sua construção, o texto do jornalismo de revista rompe com as amarras dos leads convencionais, podendo começar o texto por aberturas que não sejam meramente informativas, dependendo do propósito e com o intuito de despertar o interesse do leitor. (VILLAS BOAS, 1996, p.22)

Se tratando de um texto mais longo, a sua produção nas revistas deve buscar clareza e se utilizar de uma linguagem de fácil assimilação pelo leitor. Principalmente nas publicações ou matérias especializadas, o jornalista é

encarregado de transformar a informação bruta em um produto compreensível. “Seguindo os preceitos do estilo jornalístico, a reportagem encurta a distância entre o leitor e o acontecimento.” (VILLAS BOAS, 1996, p.39 e 43)

Justamente por se tratarem de veículos que perdem o factual para as publicações diárias, o jornalismo de revista busca novos ângulos, informações além do que já foram apresentadas e focam no interesse do que o leitor deseja saber – de acordo com o perfil do seu público. Marília Scalzo coloca que “nesse sentido, as revistas já anteciparam ao problema que, hoje, os jornais enfrentam”, já que mesmo os veículos de informação diária sofrem com a velocidade instantânea da internet. (SCALZO, 2004)

1.4. Quanto ao projeto gráfico

As revistas oferecem recursos gráficos que não apenas podem deixar mais atraentes suas páginas como ajudar a contar a história, pois fotografias e infográficos também contribuem para o entendimento da reportagem. No caso da reportagem fotográfica que, diferente das entrevistas e reportagem que podem ser feitas por telefone ou email, precisa ir ao encontro do objeto tratado para serem feitas, tem a finalidade também de transmitir o que o texto não conseguiu. A reportagem visual, com todos os elementos que pode criar tem que trazer novas informações ao leitor. (SCALZO, 2004)

A “voz” de cada revista, a sua identidade, se dá por uma combinação de três fatores: pauta, linguagem e projeto gráfico. O design da revista, bem como suas fotos e infográficos também compõe a informação. O design ainda é responsável por tornar as reportagens mais atrativas e facilitar a leitura, além de ser a porta de entrada (junto com os títulos) para que o leitor pare e leia aquela matéria. (SCALZO, 2004)

No entanto, por conta ainda da velocidade de fechamento, uma revista semanal não tem o mesmo nível de detalhamento gráfico de uma mensal. Por esse motivo, elas costumam ser diagramadas em módulos mais ou menos fixos. (SCALZO, 2004)

Os infográficos são recursos que ajudam a descrever e explicar processos e por isso facilitam o entendimento de objetos mais complexos,

extraindo do texto informações que dificultam a leitura como dados numéricos, processos complexos, etapas. Eles têm a capacidade de ilustrar o que dificulta formar imagem para os leitores, pois conseguem concentrar informações densas de maneira leve. (SCALZO, 2004)

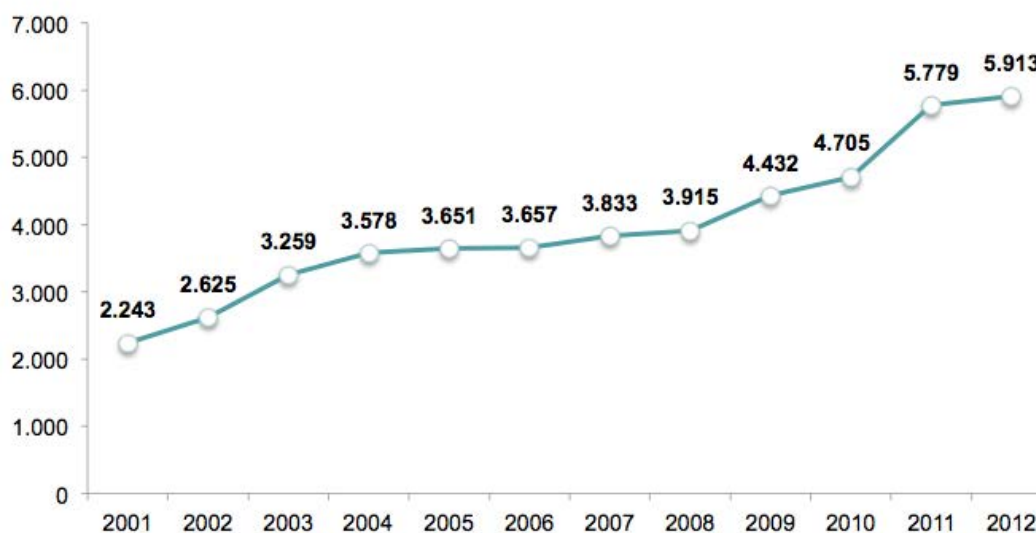
1.5. Análise do mercado de revistas no Brasil

Segundo a autora Marília Scalzo, a segmentação de revistas também espelha o grau de modernização de um país. Um país desenvolvido tem publicações voltadas para os diferentes públicos e de tamanhos variados. (SCALZO, 2004)

De acordo com os dados disponibilizados no site da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner), o número de títulos de revistas vem numa crescente. Entre 2001 e 2012, 3670 novos títulos foram criados, como é possível conferir no gráfico abaixo.

Número de títulos

Fonte: IVC e Distribuidoras

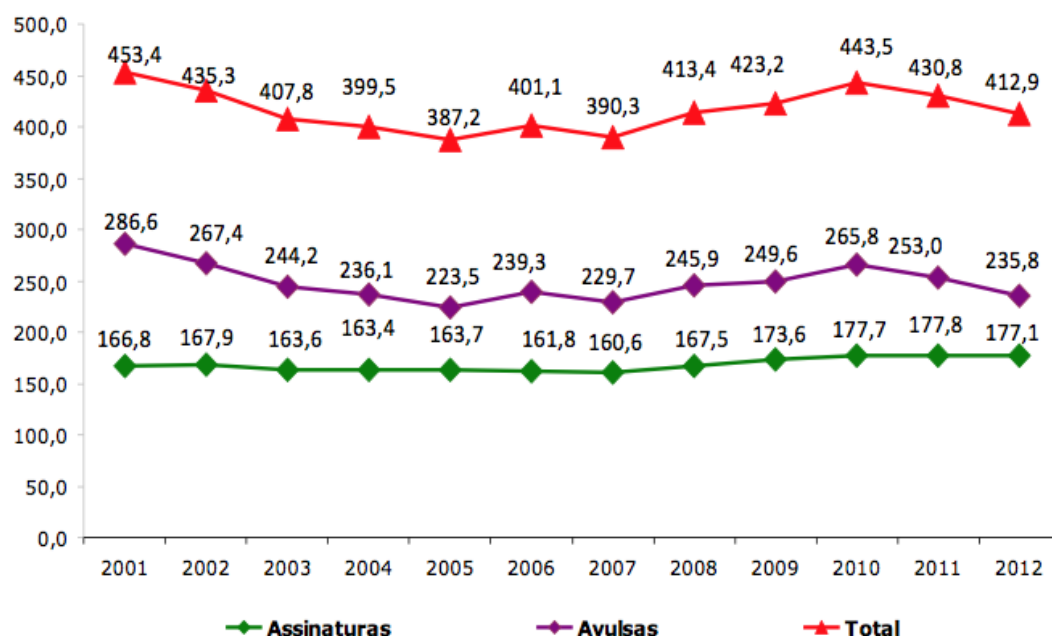


No entanto, no que diz respeito a circulação, como é possível imaginar com a popularização da internet e tecnologias móveis, o número de exemplares em circulação caiu nos últimos 11 anos analisados. Em comparação com as assinaturas, as revistas vendidas avulsamente foram as que mais sofreram queda.

Evolução da circulação

Total x Avulsas x Assinaturas (milhões/exemplares)

Fonte: IVC e Distribuidoras



Comparando 2011 a 2001, as assinaturas tiveram um crescimento de 11 milhões de exemplares (com uma pequena queda nas assinaturas no ano de 2007, superada já no ano seguinte), no entanto de 2011 para 2012, as assinaturas tiveram uma queda de 700 mil exemplares. Ainda assim, quase nada quando comparado às vendas avulsas: 2001 para 2012, a queda foi de 50 milhões e 800 mil exemplares.

Numa perspectiva total, entre assinaturas e avulsas, a circulação das revistas no mercado comparando esses 11 anos, a queda foi de 40 milhões e 300 mil.

Se tratando dos títulos das revistas que tem maior circulação semanal, como pode ser observado na tabela abaixo, os títulos que se destacam são de variedades que abordam questões políticas, econômicas, e culturais; entretenimento, como famosos, novelas e TV e revistas femininas.

Outro fator que pode ser observado na tabela de circulação semanal é a circulação média comparativa ao mesmo período de 2011 e 2012. Com exceção das revistas IstoÉ, Guia da TV, TV Brasil e CartaCapital, todos os outros 19 títulos apresentados tiveram queda em sua circulação.

Maiores Circulações: Revistas Semanais

Janeiro a Setembro 2013 x 2012

Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação

Revistas Pagas Ativas – Média por edição – Publicação Principal – Total Geral

P	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO MÉDIA JAN/SET 2013	CIRCULAÇÃO MÉDIA JAN/SET 2012
1	Veja	Abril	1.043.147	1.070.450
2	Época	Globo	387.956	391.263
3	Caras	Caras	333.672	373.175
4	Istoé	Três	332.813	316.459
5	Ana Maria	Abril	188.895	213.048
6	Tititi	Abril	181.937	182.999
7	Minha Novela	Abril	146.044	150.947
8	Contigo	Abril	144.999	170.358
9	Viva Mais	Abril	137.128	170.857
10	Malu	Alto Astral	125.774	136.064
11	Recreio	Abril	76.979	83.395
12	Quem	Globo	72.499	84.103
13	Sou + Eu	Abril	69.067	78.504
14	TV Brasil	EBR	66.601	54.936
15	TV Novelas	EBR	62.176	75.422
16	Super TV	Sempre Editora	47.624	49.944
17	Dinheiro	Três	47.071	49.126
18	Guia da TV	Alto Astral	41.761	34.132
19	SuperNovelas	IBC (Online)	30.659	32.716
20	CartaCapital	Confiança	30.561	28.767
21	Sete Dias com Você	EBR	27.520	30.778
22	Conta Mais	EBR	17.348	19.364
23	Meio & Mensagem	M&M	5.168	5.822

Já analisando as revistas mensais, a variedade na segmentação é maior do que a das semanais. Os 30 títulos apresentados fazem referência à revistas de educação, femininas, masculinas, saúde, automotivas, curiosidades culturais e científicas, arquitetura, casa e jardim, astrologia, estilo de vida, empresas e infantis.

Maiores Circulações: Revistas Mensais

Janeiro a Agosto - 2013 x 2012

Fonte: IVC – Instituto Verificador de Circulação

Revistas Pagas Ativas – Média por edição - Publicação Principal – Total Geral

POS	TÍTULO	EDITORIA	CIRCULAÇÃO MÉDIA JAN A AGO/13	CIRCULAÇÃO MÉDIA JAN A AGO/12
1	Nova Escola	FVC	408.182	371.335
2	Claudia	Abril	373.431	388.276
3	Superinteressante	Abril	312.806	320.430
4	Seleções Reader's Digest	Reader's Digest	270.450	310.511
5	Quatro Rodas	Abril	233.232	237.772
6	Saúde	Abril	213.936	205.093
7	Boa Forma	Abril	209.772	203.702
8	Manequim	Abril	201.952	206.841
9	Nova	Abril	200.122	218.472
10	Casa Claudia	Abril	171.620	192.818
11	Minha Casa	Abril	166.239	185.128
12	Marie Claire	Globo	165.505	185.470
13	Guia Astral	Alto Astral	148.633	167.070
14	Mônica	Panini	145.326	147.226
15	Cebolinha	Panini	133.352	141.704
16	Você S.A.	Abril	130.863	147.141
17	Máxima	Abril	125.178	135.212
18	Playboy	Abril	125.163	140.537
19	Mundo Estranho	Abril	122.588	122.766
20	Casa & Jardim	Globo	121.726	124.296
21	Magali	Panini	121.219	126.308
22	Arquitetura & Construção	Abril	120.317	127.604
23	Cascão	Panini	119.729	124.240
24	Chico Bento	Panini	116.939	123.391
25	AutoEsporte	Globo	114.179	108.567
26	Galileu	Globo	109.880	129.255
27	Estilo de Vida	Abril	108.866	116.993
28	Pequenas Empresas Grandes Negócios	Globo	106.343	107.182
29	Men's Health	Abril	95.244	105.759
30	Planeta	Três	93.430	121.741

Bem como a tabela apresentada para a circulação semanal, na mensal a circulação média de 2013 comparada ao mesmo período de 2012 teve queda na maioria dos títulos. Das 30 revistas citadas pela Aner, apenas quatro cresceram sua circulação: Nova Escola, Saúde, Boa Forma e AutoEsporte.

Marília Scalzo já alerta em “Jornalismo de Revista” (2004) que como toda a imprensa, as revistas também têm sofrido uma crise com a internet e aponta para um movimento do mercado.

“Além disso, a concorrência não pode ser mais encarada de forma localizada, de revista para revista, de meio para meio. Os veículos de comunicação concorrem entre si – revista com cinema, jornal com televisão, informação com diversão –, todos contra todos disputando o tempo e o dinheiro das pessoas, cada vez mais escassos.” (SCALZO, 2004)

No entanto, mesmo com a internet competindo em velocidade, recursos interativos e acessibilidade, ainda há a necessidade de mediadores que analisem e selecionem informações para o público. (SCALZO, 2004)

1.6. Objetivos do produto

Diante da proposta de criar e desenvolver uma revista de urbanismo como projeto de conclusão de curso, a Motirõ teve como objetivo colocar em pauta temas relacionados à cidades, sustentabilidade e futuros criativos através da construção de reportagens que abordassem ações e exemplos de cidades ao redor do mundo – mas, principalmente, no Brasil – que mostram caminhos possíveis e sustentáveis através do planejamento urbano.

Apesar da área de especialização, o foco da revista é um público não especializado, não técnico, e a ideia é apresentar temas relacionado à cidade em uma perspectiva de aproximação da população no geral com esses assuntos.

Além da produção das reportagens que tratassem de urbanismo, outro objetivo do produto foi a criação e execução de um projeto gráfico, realizando toda a diagramação do produto.

Capítulo 2 – Motirô: pautando o urbanismo e a coletividade

2.1. Ideia & Surgimento

Do tupi-guarani, *Motirô* significa "reunião de pessoas para colher ou construir algo juntos, uns ajudando os outros". O nome foi usado com a finalidade de remeter à uma ação coletiva que, nesse caso, estaria relacionada à cidade.

Foi no Programa Unesp para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga e no CP Cidades – Centro de Pesquisa sobre Cidades, desenvolvendo ações de comunicação para o projeto e acompanhando os alunos de Arquitetura e Urbanismo da Unesp-Bauru em seus trabalhos, que eu percebi como a comunicação nessa área era composta por uma lacuna. Para mim, que passei três anos da Universidade trabalhando com um grupo composto por cerca de 15 arquitetos que se renovavam a cada ano e que buscava referências para desenvolver os projetos de comunicação dentro do Programa Unesp, tive dificuldades em encontrar materiais de base que fossem de leitura fácil acerca de vários temas que esbarrei durante esse convívio com o grupo.

E meu orientador no Programa – arquiteto e urbanista –, na outra ponta, em grande parte das vezes me pedia produtos de comunicação com linguagem muito técnica e com detalhamentos que contemplariam apenas quem fosse da área.

Mais ou menos no mesmo período, me dediquei a uma vivência intensa de três anos dentro da rede Fora do Eixo que me fez perceber a cidade além da sua constituição física – uma experiência que influenciou diretamente escolha de pautas como a Ocupação dos Espaços Públicos e dos Edifícios Abandonados. Viajei pelo interior paulista nesses anos fazendo a cobertura colaborativa de festivais e eventos produzidos pelos coletivos da rede e parceiros e ajudando na produção de eventos que em sua grande maioria aconteciam em espaços públicos e essa pauta era constante.

Pensar a cidade tanto espacialmente quanto socialmente se tornou, a partir de então, um objeto de pesquisa instigante.

2.2. Análise de mercado de revistas de urbanismo

Quando pesquisei o mercado brasileiro de revistas, descobri que todas as revistas que estavam relacionadas ao urbanismo eram na verdade de arquitetura – e dedicavam algumas poucas pautas ligadas a cidade. Quando procurei por grandes publicações no mundo que tratassem do tema, o resultado da pesquisa não foi muito diferente. Claro que minha busca se limitou a pesquisas online, buscando referências e citações sobre essas revistas que tendem a segmentação do urbanismo. Acredito que revistas menores devem circular pelo mundo pautando o tema, como acabei encontrando, por acaso, na Casa Fora do Eixo Bauru uma edição da *Achoqueíssio*, uma revista dedicada à arte, educação e cultura, mas que aborda a convivência na cidade e seus problemas. Mas, de novo, não era nenhuma publicação dedicada exclusivamente a temática.

No Brasil, as revistas que envolviam urbanismo e que mais se pareciam com a proposta do que eu busquei apresentar na Motirõ, são as listadas a seguir:

Item	Título	Editora	Periodicidade	Ano 1ªed	Resumo
1	Infraestrutura Urbana	Pini	trimestral	2010	A revista Infraestrutura Urbana, a mais nova publicação da Editora PINI, é uma ferramenta de trabalho e um instrumento de referência técnica para equipes de engenheiros, arquitetos e profissionais especializados dos órgãos públicos e companhias privadas que atuam no setor. Apresenta modelos de projetos, referências de custos para orçamentos de obras públicas, informações sobre tecnologias e sistemas construtivos e orientações sobre a legislação vigente.
2	AU	Pini	mensal	-	A revista AU apresenta e analisa obras e projetos arquitetônicos e abre espaço para uma discussão da crítica arquitetônica, sem deixar de lado a prestação de serviços, a tecnologia de construção e os caminhos do exercício profissional e da atuação cotidiana do arquiteto. Reformulada em janeiro de 2003, a publicação tornou-se mensal e

					ganhou um novo projeto gráfico e editorial. Mais dinâmica e atraente, AU tem a linguagem moderna e em sintonia com a arquitetura contemporânea.
3	MDC	Online	-	-	MDC é uma publicação sem fins lucrativos do grupo de arquitetos Alexandre Brasil, André Luiz Prado, Bruno Santa Cecília, Carlos Alberto Maciel, Danilo Matoso, Fernando Maculan, Humberto Hermeto e Pedro Moraes, lançada em março de 2006 em Belo Horizonte e Brasília. A partir das matérias publicadas neste website e dos temas aqui suscitados, são periodicamente editadas revistas impressas, lançadas em eventos públicos com debates e palestras.
4	ARCHITECTON REVISTA DE ARQUITETURA E URBANISMO	Online	semestral	2006	Periódico eletrônico do curso de Arquitetura e Urbanismo da Faculdade Damas. Nosso propósito é servir como meio de divulgação do conhecimento científico, reunindo artigos, ensaios, resenhas, relatos de pesquisas e notas. Todas desenvolvidas no âmbito acadêmico, seja na graduação ou na pós-graduação, mas que possam criar pontes de interação com leitores dentro e fora dos muros da Academia. A Architecton é um instrumento de troca, produção intelectual e democratização do conhecimento. Não só no que diz respeito à Arquitetura, mas também das áreas afins que se relacionam com as discussões caras à proposta do periódico. Aqui, o verbo arquitetar é menos centrado em si e mais uma remissão ao criar, planejar, desenvolver. Por isso, a necessidade de ser interdisciplinar. Esta revista eletrônica tem periodicidade semestral e está, portanto, aberta à comunidade acadêmica para o envio de trabalhos científicos que corroborem o fórum de debates que a mesma pretende ser.
5	Achoqueéisso - arte, educação e cultura	Choque Cultural	-	-	Sempre nos interessamos pelas mudanças. Identificá-las, entender como lidar com elas e aprender a não temê-las. Por

					isso sempre prestamos atenção no zeitgeist. Tem sido esse o nosso trabalho . Nos anos 80 e 90 trabalhávamos com cenografia e figurino, design, e moda, depois de arquitetura. Nos 00 nos voltamos para a arte e, mais recentemente, para a educação e urbanismo. Montamos, então, um laboratório para a experimentação das possibilidades dessa mistura: arte inspirando e mobilizando; educação formando pessoas autônomas; e o urbanismo criando o espírito de comunidade.
--	--	--	--	--	---

2.3. Urbanismo em Pauta

“O jornalismo especializado está dividido em grandes eixos já consagrados: cultura, política, economia, esporte, internacional. No entanto, apesar do número crescente e variado de títulos em jornalismo especializado à disposição do leitor, alguns dos temas abordados em determinadas áreas passam despercebidos pelos jornalistas e pelas faculdades de jornalismo. No jornalismo especializado em cultura, um dos temas esquecido, é o jornalismo em jornal e revista especializado em cultura dedicado a arquitetura e urbanismo.” (SOBRAL, 2011)

Apesar da relação direta com a cidade, as pessoas pouco se preocupam com a relação que estabelecem com ela. Na mídia, o espaço para debater urbanismo ainda é muito pequeno e muitas vezes o tema do “desenvolvimento” urbano acaba sendo dominado pelo discurso econômico. A cidade é tratada como problema público, sem o entendimento de que o público envolve mais do que gestores ou especialistas contratados para pensar a cidade. Diante do crescimento frenético e tantas vezes desordenado das cidades é preciso buscar alternativas e entender melhor o papel de cada um dentro da sua cidade, buscando e assumindo soluções criativas para os problemas urbanos, pensando a função social das cidades.

Quando tratamos do urbanismo no campo jornalístico – principalmente em relação às revistas – ele se encontra conectado à arquitetura, que por sua vez se envolve com a construção e decoração e que em algumas publicações se utiliza do texto apenas como complemento dos croquis, plantas, cálculos e fotos. Não existem publicações que se dediquem exclusivamente à temática no mercado brasileiro. (SOBRAL, 2011)

Contudo, ao passo que a mídia aborda temas que antes não tinham enfoque, o jornalismo colabora para que eles passem a ter importância. E sendo a revista o veículo mais propício a segmentação, é um espaço para a propagação do jornalismo especializado, possibilitando uma pluralidade maior de temáticas. (ABIAHY, 2005, p.2)

“O jornalismo especializado, enfim, colabora para expressar os diferentes pontos de vista existentes na sociedade. Não é apenas o tema, antes sem enfoque que ganha o seu lugar. A própria visão de mundo dos públicos diferenciados encontra no jornalismo especializado a oportunidade de ser evidenciada”. (ABIAHY, 2005, p.26)

Dada a importância do urbanismo, como uma ciência que trata de questões do presente e planejamento do futuro, resultado de uma história escrita por gerações, influenciadas tanto por grupos pequenos quanto por sociedades inteiras, o debate do tema se torna imprescindível para uma construção mais democrática de nossas cidades. (SECCHI, 2006, p.15)

Gustavo Sobral aponta que uma tendência da prática do jornalismo em arquitetura e urbanismo é de profissionais da área de arquitetura ou amadores se dedicarem à pauta pela ausência de profissionais especializados. E mais: o jornalismo está na contramão da expansão do mercado que vem se abrindo voltado para o tema já que mesmo aquelas universidades que trabalham com jornalismo especializado em sua grade não contemplam a arquitetura e urbanismo nem sequer dentro do Jornalismo Cultural – área que a temática mais se aproxima na concepção atual do jornalismo especializado. (SOBRAL, 2011)

Nas últimas décadas do século XX e cada dia mais, por fatores como a difusão de informações e de instrumentos de participar popular, a figura do processo-debate vem orientando as práticas urbanísticas. Bernardo Secchi, autor de “Primeira Lição de Urbanismo”, compara ainda a prática do urbanismo com a jurídica aplicada na antiga Grécia. “Prática simples, na qual qualquer cidadão é competente a partir do momento que vivencia a cidade; saber difuso que mantém relações ambíguas com conhecimentos especializados, cuja presença é ao mesmo tempo requerida e negada”, explica o autor italiano. Para Secchi, essa seria uma das razões pela qual parte dos conhecimentos do

universo urbanístico tenha se fechado em si próprio, em seus códigos e linguagens específicas. (SECCHI, 2006, p.41)

“Uma disciplina como o urbanismo, que se põs no centro da própria reflexão o projeto do futuro, que se tornou objeto de esperanças redentoras e de decepções insuportáveis, deve certamente confrontar-se com questões que, ao menos na imaginação coletiva, são consideradas relevantes e difíceis de resolver. Por isso, talvez seja importante falar delas.” (SECCHI, p. 12)

Entre os anos 60 e 70, com a crescente dos instrumentos de participação popular, a profissão do urbanista se torna mais reflexiva, enquanto a sua prática é vista não apenas como aprendizagem, mas também como um processo de mobilização social, análise política e reforma social. Enquanto um campo de pouca autonomia, que sofre interferências de outros campos, o urbanismo traz temas que não se distanciam muito do senso comum e por isso cria um espaço em que estes outros campos possam se defrontar dele e sugerir modos de melhorar determinadas situações. (SECCHI, 2006, p.49)

“Difundiu-se nesse período a retórica do caráter coletivo do processo de produção do plano, e cresceu, como consequência, a ideia que arquitetura da cidade e urbanismo fossem campos de práticas radicalmente diversas, que tem como referência “autores” e “especialistas” com estatutos diferentes e, por isso, com formação diferente.” (SECCHI, 2006, p.142)

Os territórios que vivemos são resultado de processos de séculos longínquos e ainda hoje influenciam diariamente as nossas vidas e formas de viver. A sociedade tem cada vez mais consciência de que as ações de hoje são consequências duradoras sobre o ambiente e a paisagem, além da questão social. (SECCHI, 2006, p. 53-54)

São as ações práticas de uma multiplicidade de atores que constituem uma disciplina que arquiteta a si e à cidade como um processo contínuo de construção entre imaginação coletiva e realidade. (SECCHI, 2006, p.61)

2.4. A Proposta

O campo do urbanismo, nas últimas décadas do século XX, se dilatou, se abriu. Cada vez mais o conceito de que “o urbanismo não é o único responsável pela construção e pela mudança da cidade”, mas todos nós, vem se afirmando. (SECCHI, 2006, p.59)

As literaturas relacionadas ao urbanismo não se restringem à livros ou pesquisas. Elas estão presentes na imprensa cotidiana, nas conversas, nas artes visuais. Elas influenciam o pensar a cidade e suas transformações. (SECCHI, 2006, p. 47)

“Por urbanismo se entende também textos que acompanham e atravessam as diversas formas do projeto da cidade e do território: descrevem, ilustram, demonstram, argumentam, sugerem e solicitam os imaginários coletivos e individuais.” (SECCHI, 2006, p.187)

Por esse motivo é necessário pautar o tema na mídia pensando na formação defectiva que temos dessa disciplina, decodificando seus instrumentos e signos para a população. A proposta de criação de uma revista que tenha a cidade como temática principal é aproximar o leitor de realidades urbanas sustentáveis e possíveis através de diretrizes públicas e ações cotidianas, sensibilizando as causas atualmente em debate a partir de modelos e ideias que tenham ações efetivas. Pensando a relação que as pessoas estabelecem com cidade como multifacetada, é preciso debater esses temas que dizem respeito a toda a cidade e não apenas à arquitetos, urbanistas, engenheiros ou gestores públicos.

Tendo em vista também que é a partir da compreensão e identificação com a cidade que as pessoas começam a se sentir responsáveis por ela e que as políticas participativas e as cidades sustentáveis vêm sendo tidas cada vez mais como essenciais para a construção de espaços com melhor qualidade de vida é necessário pensar a função social e o direito à cidade.

A escolha da revista especializada como meio de comunicação a pautar o assunto se deve ao fato dela suportar pautas frias e reportagens que possam explorar temas sem restrições espaciais ou temporais, podendo servir de consulta a um maior número de pessoas, além deste ser o veículo mais propício à segmentação.

A revista especializada em urbanismo é um espaço dedicado à difusão de suas possíveis e necessárias abordagens, dando destaque a temas antes não enfocados e colaborando para que estes adquiram importância.

2.5. Projetando a Motirõ

Uma problemática apresentada por Scalzo dentro do jornalismo especializado é de que dentro dessa lógica, o jornalista acaba apresentando um discurso técnico e assim não cumprindo a função de “traduzir” a informação para o leitor que não tem conhecimento prévio daquele assunto. (SCALZO, 2004)

“A especialização, na profissão de jornalista, divide opiniões. O jornalista é, por princípio, um ‘especialista em generalidades’. Vem justamente daí, convenhamos, parte da graça e do desafio da profissão. É a falta de especialização do jornalista que, teoricamente, capacita-o a perguntar o que não sabe para quem domina determinado assunto e, depois, traduzir tal informação, de modo que todo mundo entenda. Quando o jornalista especializa-se numa área, ele pode até ganhar em profundidade, mas corre o risco de comportar-se exatamente como o especialista que entrevista, ou seja, perder a curiosidade típica do leitor comum. Um jornalista especializado em medicina, por exemplo, pode ser tentado a reproduzir a linguagem técnica dos profissionais da área e a não fazer às perguntas que, apesar de óbvias para ele e para os médicos, são essenciais para os leitores.” (SCALZO, 2004)

Quando a linguagem da revista especializada é percebida por outro grupo que não tem familiaridade com os termos e linguagem específica, ela é considerada alheia. “Em termos, isso acontece devido à especificidade que é adotada como um recurso para abordar os leitores, mas não é bem vindo porque o jornalismo não deve se tornar hermético”. (ABIAHY, 2005, p. 23)

Optando por uma revista especializada em urbanismo – pauta pouco frequente nos meios de comunicação, quanto mais uma publicação dedicada exclusivamente ao assunto – essa foi uma preocupação constante durante toda a elaboração e produção do material.

2.6. Escolha das Editorias e Pautas

Assim como o urbanismo, a Motirõ parte do presente para o desenvolvimento de suas reportagens, mas sem ignorar o passado e nem perder de vista o futuro.

As pautas escolhidas para a Motirõ são referentes ao nosso presente ou futuro nas cidades, mostrando os instrumentos e questões que estão ao nosso

alcance e que saber pode fazer diferença no nosso dia a dia; as editorias escolhidas foram Políticas Públicas (apresentando nessa edição o Plano Diretor Participativo), Segurança (tratando da morte noturna dos centros urbanos), Transporte (pautando o transporte público gratuito), Futuros Criativos (com o projeto Masdar City, a cidade sustentável no meio do deserto árabe), Habitação (ocupação de edifícios abandonados), Comportamento (ocupação do espaço público), Mobilidade (calçadas, sinalizações e acessibilidade) e Desenho Espacial (tamanho das quadras). Além disso, a entrevista que introduz a série de reportagens traz uma conversa com a Natália Garcia, do projeto Cidade para Pessoas, jornalista que se dedica a estudar e falar sobre a temática.

Todas as editorias se traduzem a pautar problemas ou soluções nas cidades e que nos influenciam diretamente, mas que muitas vezes nem sequer nos damos conta deles porque não parece pertencer a nossa realidade ou ao nosso campo de entendimento ou alcance de mudança. Com certeza, as reportagens realizadas não apresentam as soluções definitivas para os problemas das nossas cidades, mas elas almejam dar início a um debate ou ao menos a conscientização deles.

Com editorias fixas, a Motirõ consegue se articular para tratar de diferentes facetas e temas do urbanismo. Para esta edição de estreia não foi criada nenhuma editoria que não fosse fixa, mas não há nenhum impedimento de que elas apareçam no caso de novas edições nascerem. As editorias que constituem a primeira edição desse projeto são:

- **Entrevista:** espaço dedicado à uma entrevista estilo ping-pong com tema relacionado à projetos, carreiras, debates e reflexões que envolvam a cidade, seu imaginário e construção. A entrevistada da edição #1 foi a jornalista Natália Garcia, do projeto Cidade para Pessoas, pautando seu projeto e a própria questão das editorias de cidade no jornalismo atual. A entrevista com uma pessoa que não tivesse formação em Arquitetura e Urbanismo foi pensada com a finalidade de que esse espaço fosse destinado, desde o começo, a

pessoas de qualquer área dispostas a falar sobre cidades (entrevista disponível na página 04 da revista).

- **Mobilidade:** a editoria se dedica a pautar as problemáticas e soluções das cidades quanto ao deslocamento das pessoas no espaço, procurando pensá-la a partir das necessidades delas e de forma a ter um impacto menor na cidade. A edição trata das calçadas e como suas construções e condições afetam a acessibilidade (disponível na página 11 da revista).
- **Futuros criativos:** espaço destinado à trazer ideias e projetos mais ousados e experimentais para um futuro mais sustentável em todas as suas diretrizes. A reportagem produzida trata do projeto Masdar City, uma cidade construída no meio do deserto árabe, que se utiliza por completo de fontes renováveis e tem zero desperdício (disponível na página 12 da revista).
- **Comportamento:** a finalidade dessa editoria é tratar das formas e relações que as pessoas estabelecem com a cidade e seu espaço. Como reportagem de capa, o tema em debate é a ocupação do espaço público através de ações culturais, como os diferentes grupos ocupam e compartilham esse espaço (disponível na página 20 da revista).
- **Habitação:** análises sobre diferentes questões que se relacionam com a moradia, além de programas, projetos, grupos e ações à respeito. Nessa edição, o espaço foi dedicado a falar sobre a ocupação de edifícios abandonados por movimentos de luta por moradia (disponível na página 26).
- **Segurança:** pelo fato da segurança nas cidades ser frequentemente pautada e o medo acompanhar grande parte dos cidadãos nas ruas, a editoria visa trazer elementos, propostas e explicar fenômenos das cidades que causam ou solucionam as questões de segurança no espaço público. O fenômeno da morte noturna dos centros urbanos foi desenvolvido como pauta (disponível na página 33)
- **Desenho espacial:** espaço destinado a pensar como o desenho da cidade se dá (quadras, ruas, desvios, praças...), por que são como são, como poderiam ser e como os projetos urbanísticos influenciam no

cotidiano de todos. Aqui foi analisado o espaço local e o tamanho das quadras dentro dessa perspectiva (disponível na página 38).

- **Transporte:** para tratar do trânsito, métodos de transporte e financiamento aplicados pelo mundo, novidades e avanços da área. Por conta das manifestações e atos contra a tarifa, a pauta tratada foi o transporte público gratuito (disponível na página 40).
- **Políticas Urbanas:** as políticas públicas do urbanismo após a implantação do Estatuto da Cidade, principalmente, dão muita abertura à participação popular. A editoria é dedicada a apresentar essas políticas e apresentar *cases* relacionados (disponível na página 45).
- **Artigos:** após as reportagens, a seção de artigos fecha a revista. Os colaboradores foram convidados a escrever sobre um tema livre em forma de artigo ou crônica que tivesse alguma relação com a cidade. Dois alunos de Arquitetura e uma de jornalismo compuseram o corpo de colaboradores dessa primeira edição, no entanto, os colaboradores são convidados rotativos, não sendo os mesmos sempre a assinarem os artigos (disponíveis nas páginas 52, 53 e 54).

2.7. Fontes e Entrevistas

A preocupação em não fazer o especializado se tornar técnico começou na escolha das fontes (buscando não se restringir aos arquitetos e urbanistas ou gestores de cidades). Desde o contato com as fontes, foi exposto de que este projeto era voltado para um público não especializado e de que, dessa maneira, os assuntos seriam introduzidos aos leitores e trariam adicionais informativos que também pudessem captar a curiosidade e o interesse dos que já tivessem contato com o tema. Assim, todas as reportagens longas foram divididas em subtítulos, blocando os subtemas dentro de cada assunto, e possibilitando ao leitor compreender a matéria sem necessariamente ter passado por todos os blocos. Esse recurso foi também utilizado com a finalidade de que os textos não fossem abandonados durante a leitura por conta de seu tamanho. E, para aqueles que tivessem disponibilidade e interesse em ler por completo, os assuntos estariam à disposição com profundidade.

Embora a maioria dos escolhidos tenha formação na área de Arquitetura e Urbanismo, também entrei em contato com jornalistas, engenheiros, advogados, políticos, estudantes de cursos de sustentabilidade e pessoas que fazem parte do dia a dia da cidade, como moradores e comerciantes para que todos eles dessem voz à cidade. E mesmo os urbanistas que entrevistei contribuíram para desmistificar a distância técnica entre os assuntos relacionados à cidade e a nossa vida cotidiana.

Relação de Entrevistados:

1. André Luis Bilard de Carvalho – ex-vereador de Planejamento de São Luiz do Paraitinga
2. Cristiane Bittencourt – ex-assessora de Planejamento de São Luiz do Paraitinga
3. Dominique Fretin – professor de Arquitetura e Urbanismo do Mackenzie, pesquisa sobre conforto térmico e climático relacionada à Masdar
4. Éder Silva – membro do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo
5. Edilene Alves – vereadora e presidente da Câmara de São Luiz do Paraitinga
6. Érica Papa – arquiteta e urbanista
7. Everton Octaviani – Prefeito de Agudos/SP
8. Gabriel Ruiz – produtor cultural integrante do Circuito Fora do Eixo
9. Garrone Reck – professor do Departamento de Transportes UFPR (Universidade Federal do Paraná)
10. Ghita Alexandra Wallin – estudante Instituto Masdar – Emirados Árabes Unidos
11. Iman Ustadi – estudante Instituto Masdar – Emirados Árabes Unidos
12. Jasem Al Hammadi – estudante Instituto Masdar – Emirados Árabes Unidos
13. João Sette Whitaker – professor de Arquitetura e Urbanismo na FAU-USP, pesquisador do tema habitação social
14. Joaquim Santos – coordenador do Movimento Luta por Moradia Digna
15. José Xaides – Professor de Arquitetura e Urbanismo da Unesp Bauru

16. Luciana Carpaneda – doutoranda em arquitetura com pesquisas relacionadas ao desenho do espaço
17. Lúcio Gregori – engenheiro civil e ex-secretário de transportes municipal de São Paulo, do Governo Erundina
18. Mara Gabrilli – deputada federal, cadeirante e autora da Cartilha Calçada Cidadã
19. Marcelo Tramontano – professor de Arquitetura e Urbanismo na USP- São Carlos e coordenador do projeto Nomads
20. Naeema Al Nofali – estudante Instituto Masdar – Emirados Árabes Unidos
21. Natã Crivari – morador do centro
22. Natália Abramides – advogada especializada em direito imobiliário
23. Natália Garcia – jornalista e integrante do projeto Cidade Para Pessoas
24. Natasha Lamônica – arquiteta e urbanista
25. Norma Constantino – professora de Arquitetura e Urbanismo da Unesp Bauru
26. Paulo Roberto – segurança de loja no centro (entrevista não utilizada)
27. Sergio Oliveira – grafiteiro
28. Su Liu – estudante Instituto Masdar – Emirados Árabes Unidos
29. Suellen Francisco – comerciante (entrevista não utilizada)

Como muitos dos entrevistados não moravam em Bauru (mas em São Paulo, Jundiaí, São Luiz do Paraitinga, São Carlos, Ribeirão Preto, Brasília, Paraná e Emirados Árabes), além de fatores como a inviabilidade financeira e de agenda, parte das entrevistas foi realizada via email, Skype, Whatsapp (com o recurso de gravação e envio de áudios do aplicativo) ou telefone, de acordo com a preferência do entrevistado. A outra parte foi realizada pessoalmente.

Todas as entrevistas que tinham arquivos de áudio (as feitas pessoalmente, por telefone, Whatsapp e via Skype) foram decupadas para que pudesse facilitar tanto o entendimento do assunto em sua totalidade, permitindo retroceder mais facilmente nas partes mais complexas, quanto ajudar na visualização de quais falas eram mais apropriadas para serem incluídas nas reportagens.

2.8. Público-alvo & Periodicidade

As revistas especializadas precisam de um público interessado do tema, algum segmento que queira consumir aquele tipo de informação. A divisão feita comumente pelas editoras se divide em classificações de acordo com sexo, faixa etária e classe econômica do público leitor. (ARAÚJO, 2013, p. 261)

Desta forma, a Motirô foi pensada para servir não somente ao profissional ligado à cidade – como citado anteriormente – mas também à qualquer e toda pessoa que possa se interessar e querer se informar para disputar a cidade com maior engajamento e embasamento ou mesmo refletir e mudar suas ações em relação à cidade, buscando preencher a lacuna do urbanismo no mercado editorial.

Este projeto por sua linguagem e densidade dos temas abordados destina-se ao público adulto. Pelos mesmos motivos e pelo fato de ser composta por reportagens mais longas, sua periodicidade é bimestral.

2.9. Descrições do Produto

210x297mm (fechado), 4x4 Cores, sendo:

Capa: Couchê 250gr + Laminação BOPP Brilho Frente

Miolo: Couchê 150gr

Acabamento: Refile, Vinco e Grampo

2. 10. Projeto Gráfico

Elementos:

2.10.1. Logo e slogan

O logotipo da Motirô é formado essencialmente por quatro elementos, que representam a essência da proposta da revista:



O primeiro deles é a sombra de uma cidade numa referência explícita à ela.



O segundo, a sombra de uma árvore, faz referência à sustentabilidade. O elemento é posicionado à direita da cidade.



O terceiro elemento é a própria palavra Motirõ, escrita em minúsculas na fonte Impact. Ela sobrepõe a cidade.

motirõ

O último elemento é o slogan que acompanha o título, também escrita em Impact e minúsculas, num tamanho consideravelmente menor do que a do título. Ele se posiciona no canto inferior direito, abaixo da construção da cidade e sustentabilidade.

pautando o urbanismo e a coletividade

Os slogans se formam a partir de propósitos editoriais, uma espécie de direcionamento de como a revista se posiciona sobre si em relação ao mundo.

“A *Caros Amigos*, em seu próprio slogan afirma-se como a primeira [revista] à esquerda’, apontando sua visão de mundo, enquanto a *Piauí*, em seus anúncios publicitários, constrói em uma frase seu público e tipo de conteúdo: ‘uma revista para quem tem um parafuso a mais”. (TAVARES, 2013, p.78)

O slogan da Motirõ também age com essa função, ainda mais se tratando de uma palavra de origem tupi-guarani, foi pensado que seria necessário uma frase acompanhando o nome para que o leitor pudesse identificar a proposta já na capa. “Pautando o Urbanismo e a Coletividade” foi a bandeira que a Motirõ escolheu levar com seu título.

2.10.2. Capa:

Um dos objetivos que desde o princípio estiveram claros da Motirõ era ser dedicada à um público não especializado ligado ao urbanismo. A escolha da capa se tornou difícil a partir do momento que ao fechar os materiais para diagramação da revista, as fotos que compunham esse material não pareciam atraentes ou adequadas o suficiente para um primeiro número. Mais que isso, as melhores imagens e reportagens que poderiam puxar a revista poderiam parecer tendenciosas.

Em “Jornalismo Especializado na Sociedade da Informação”, Abiahy traz dados apresentados pelo jornalista Serge Halimi de que as revistas semanais americanas tem queda nas vendas quando a capa é estampada com algum fato internacional. “Em 1997, a revista *Time*, que circula nos EUA, dedicou só uma das capas a um tema internacional, enquanto em 1897, fez isso em 11 edições”. (ABIAHY, 2005, 13)

Dessa forma, não pretendendo que a revista já em sua estreia não dialogasse com seu público-alvo, não tivesse uma conexão direta com o nacional, a reportagem sobre Masdar City (páginas 12 a 19 da revista) não chegou a ser cogitada para a capa mesmo tendo fotos em alta qualidade que favorecem o esplendor da cidade, enviadas pelo escritório Foster + Partners, que desenvolveu o projeto.

Outra das matérias que contava com fotos que se destacam era relacionada à ocupação de edifícios abandonados por movimentos de luta por

moradia. No entanto, tais fotos poderiam dialogar fortemente com uma bandeira política, fato que poderia manter um distanciamento de parte possível do público que a publicação visaria atingir, gerando identificação com um público muito restrito – o que não era a ideia, até porque a bandeira política não é foco de abordagem das reportagens e nem da Motirô. Ela trata de temas apartidários.

Ainda mais se tratando de uma primeira edição, a escolha da capa faz toda a diferença para se lançar em um convite de experimentar um produto, uma revista nova. Nova não só enquanto publicação, mas segmentação.

Assim, o tema que poderia apresentar um acervo maior de imagens e considerado mais adequado para a estreia do projeto foi a ocupação dos espaços públicos, trazendo um link que remete à diversos momentos que tomaram conta dos imaginários, conversas, ações e mídia, recentemente. À exemplo, o caso dos skatistas da Praça Roosevelt e as ruas movimentadas de Julho. O acervo usado para ilustrar a matéria foi o da rede Fora do Eixo, que esteve presente na cobertura dos mais diversos festivais independentes que ocupam os espaços públicos de todo o país e também acompanhou as manifestações que tomaram o país no segundo semestre de 2013. Com este largo acervo, disponibilizado em Creative Commons, seria possível desenvolver uma capa.

No entanto, os retratos dele – multidões, praças se enchendo, pessoas vibrando em shows, pessoas com cartazes protestando – ainda não era o que tinha em mente como ideal para o diálogo que se procurava estabelecer. Afinal, a mensagem não era apenas a da ocupação dos espaços públicos, ela também deveria elucidar a temática da cidade de forma mais clara já que a proposta era de uma revista de urbanismo em lançamento.

Na página do Festival Existe Amor em SP (um dos apresentados na reportagem sobre a ocupação dos espaços públicos) estavam disponíveis os cartazes de sua divulgação, entre os quais esse aqui:

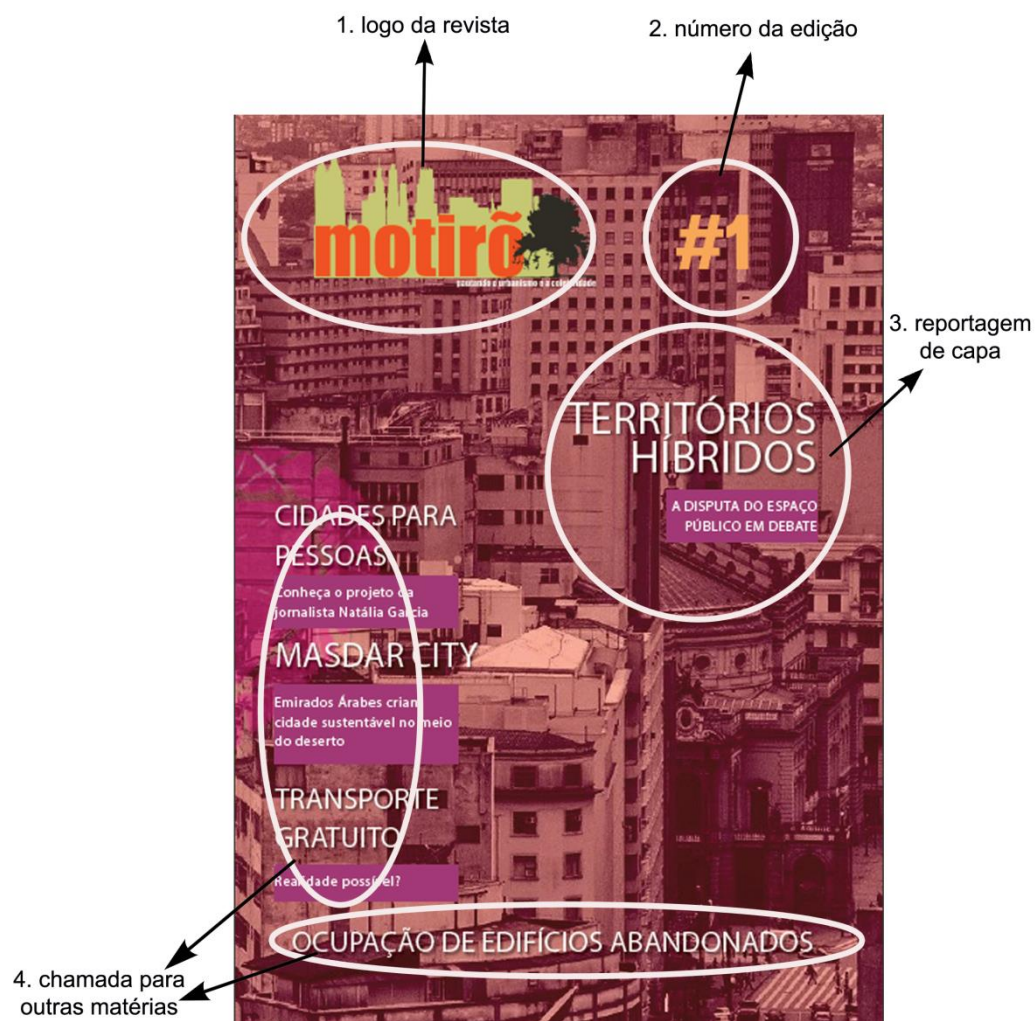


Uma imagem simples que, genericamente, poderia se encaixar em muitos assuntos e que exatamente por isso poderia também fazer referência às cidades, ao urbanismo, e ainda para aqueles que estivessem conectados de alguma forma ao Existe Amor em SP ou sido atingidos por sua divulgação poderiam encontrar um link implícito – apesar de sutil – com a matéria da ocupação dos espaços públicos. Por esse motivo, ela foi escolhida como foto de capa, sendo montada da seguinte maneira:



A foto foi encaixada numa (A3 – tamanho da capa e contra capa juntas) de modo a cortar o #ExisteAmorEmSP e dividir o coração estampado em marca d'água em cima da imagem da cidade – em outra referência sutil ao Festival. A capa pôde, assim, ter uma continuidade em sua contra capa sem que o coração fosse um elemento significativo ou de interferência em sua composição.

Além da foto, a capa é composta, basicamente, por outros quatro elementos:



A logo (elemento 1) tem lugar fixo à esquerda da parte superior da revista. Sua cor varia de acordo com os elementos que ela sobrepõe para que não haja conflito que cores. O número da edição (elemento 2) também encontra-se fixo ao lado do logo, à sua direita.

A reportagem de capa (elemento 3) tem um destaque sutil se diferenciando das demais reportagens por seu alinhamento à direita e pela fonte de tamanho um pouco superior das demais (elemento 4) que se ocupam da lateral esquerda e do rodapé da capa.

2.10.3. Malha Gráfica

Para a estruturação das páginas foi utilizada a marcação de três colunas para a área de texto, independente dos locais que poderiam ocupar as imagens, os textos mantêm-se divididos em três colunas a fim de facilitar a leitura, manter um padrão confortável ao leitor e com possibilidade de fugir do

monótono através da livre circulação das fotos pelas páginas, como módulos não fixos.



A quebra desta malha gráfica estabelecida acontece apenas em dois momentos: por encaixe essencial no projeto gráfico da página 29 (matéria sobre ocupação dos edifícios abandonados) em que a coluna da direita precisou ser um pouco mais larga pelo espaço entre fotos, para cobrir um vazio na página. O segundo momento que essa quebra se dá é nos artigos de opinião que compõem o final da revista. Pela diferença de tamanho dos textos nos artigos e por não serem acompanhados de ilustrações, essa seção precisou contar com uma diagramação diferenciada das demais páginas para valorizá-las.

2.10.4. Tipologia

A fonte usada no corpo do texto é, sem variação, a Calibri, tamanho 11. Nos intertítulos no meio do corpo do texto são utilizadas a mesma fonte e tamanho, o diferencial está no uso no negrito.

Os títulos são compostos pela fonte Muro; seu tamanho varia de acordo com a diagramação da página. O tamanho das fontes das linhas finas também varia de acordo com essa mesma proposta só que se utilizando da fonte Minion Pro. A Minion Pro também é utilizada para assinar as matérias, fotos e ilustrações, diferenciada pelo uso em maiúsculas, tamanho 13,5 no caso das assinaturas de matérias.

Para as legendas, a mesma tipologia foi usada, mas em tamanho 10. Créditos fotográficos, tamanho 9.

2.11. Custos do Projeto & Equipamentos

Para a realização das entrevistas, foi usado um gravador, tanto nas que foram feitas pessoalmente quanto naquelas feitas via Skype e por telefone. Para este último caso, foi necessário um cabo interceptor conectado ao telefone e gravador para que fosse possível manter a qualidade e volume das respostas do entrevistado.

Para as fotos das reportagens sobre ocupação dos edifícios abandonados, morte noturna dos centros urbanos e transporte público gratuito (fotos tiradas por mim), foi necessário o uso de uma câmera que fotografasse em alta resolução.

Materiais Permanentes				
Item	Tipo de Gasto	Especificação	Valor	Subprojeto
1	Compra Material	Gravador	R\$ 175,00	-
2	Material	Pilhas recarregáveis	R\$ 12,50	-
3	Material	Fio interceptor	R\$ 14,00	-
4	Material	Câmera Fotográfica	R\$ 1500,00	-
TOTAL materiais permanentes			R\$ 1701,50	

Materiais de Consumo				
Item	Tipo de Gasto	Especificação	Valor	Subprojeto
1	Passagem	Bauru-Agudos	R\$ 3,20	Transporte Público Gratuito-Entrevista Everton Octaviani
2	Passagem	Agudos-Bauru	R\$ 4,35	Transporte Público Gratuito
3	Alimentação	Agudos	R\$ 5,50	Transporte Público Gratuito

4	Material	Pilhas Descartáveis	R\$ 10,00	-
5	Gasolina	Jarinu-Jundiaí	R\$ 10,00	Transporte Público Gratuito – Entrevista Lúcio Gregori
6	Telefone	Agendamento Entrevistas	R\$ 2,77	Transporte Público e Masdar City
7	Passagem	Bauru-São Paulo	R\$ 32,00	Masdar City – Entrevista Dominique Fretin
8	Passagem	São Paulo-Bauru	R\$ 34,00	Masdar City – Entrevista Dominique Fretin
9	Telefone	Entrevistas	R\$ 100,00	-
10	Internet	12 meses de internet 10 mega	R\$ 708,00	-
11	Passagem	Bauru-São Paulo	R\$ 75,00	Ocupação Edifícios Abandonados – Fotos e Entrevista Joaquim Santos
12	Passagem	São Paulo-Bauru	R\$ 75,00	Ocupação Edifícios Abandonados – Fotos e Entrevista Joaquim Santos
13	Impressão	Via teste da revista	R\$ 114,00	-
14	Impressão	3 vias da revista	R\$ 201,00	-
15	Impressão do relatório	3 vias + encadernação	R\$ 60,00	-
TOTAL materiais de consumo			R\$ 1359,82	

O total gasto entre materiais permanentes e de consumo foi de R\$ 3061,32.

2.12. Cronogramas de Planejamento

Além da planilha de gastos e da de mapeamento de revistas de urbanismo, outras três planilhas foram usadas como cronograma de planejamento e execução do projeto da Motirô. A primeira apresentada é o Cronograma de Planejamento em si, usado para indicar as propostas de reportagem, os entrevistados de cada uma delas, o andamento de cada entrevista e um espaço para observações do andamento de cada uma das matérias. Ao fim da planilha, uma outra tabela menor computa em números quantas entrevistas foram realizadas, estão agendadas, quantos entrevistados estão em contato e quantos ainda estão em aberto.

Proposta
08 reportagens
03 artigos de opinião
01 entrevista



Motirô: reunião de pessoas para colher ou construir algo juntos, uns ajudando os outros

Proposta detalhada	Fontes	Andamento	Observação
Reportagem 1 – Projeto Masdar City (Futuros Criativos)	1. Alunos do Instituto Masdar (5 alunos) 2. Prof. Dominique Fretin (Arquitetura Mackenzie, pesquisa sobre o tema)	1. Entrevistas já realizadas 2. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Reportagem 2 – Transporte Público Gratuito (Transporte)	1. Prof. Garrone Reck (Departamento de Transportes UFPR) 2. Lúcio Gregori (engenheiro civil e ex-secretário de transportes municipal de São Paulo – Governo Erundina) 3. Everton Octaviani (Prefeito de Agudos)	1. Entrevista já realizada 2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Reportagem 3 – Plano Diretor Participativo (Políticas Públicas)	1. Prof. José Xaides (Arquitetura, Unesp Bauru) 2. Cristiane Bittencourt (assessora de Planejamento) 3. André Luis Bilard de Carvalho (ex-vereador) 4. Edilene Alves (vereadora e presidente da Câmara de São Luiz do Paraitinga)	1. Entrevista já realizada 2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada 4. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Reportagem 4 – Ocupação de	1. Prof. João Sette Whitaker (FAU-	1. Entrevista já realizada	Matéria pronta

prédios abandonados (Habitação)	USP 2. Natália Abramides (Advogada Imobiliária) 3. Joaquim Santos (Movimento Luta por Moradia Digna)	2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada	
Reportagem 5 – Ocupação do espaço público (Comportamento)	1. Nomads 2. Gabriel Ruiz (produtor cultural) 3. Sergio Oliveira (grafiteiro)	1. Entrevista já realizada 2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Reportagem 6 – Calçadas, sinalizações e acessibilidade	1. Mara Gabrielli (cadeirante e autora da Cartilha Calçada Cidadã) Projeto Cadeirantes em Ação 2. Profa. Norma Constantino (Unesp)	1. Entrevista já realizada 2. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Reportagem 7 – Morte Noturna dos Centros Urbanos (Segurança)	1. Éder Silva (Conselho de Arquitetura e Urbanismo de SP) 2. Érica Papa (Arquiteta e urbanista) 3. Natã Crivari (morador do centro) 4. 2 Comerciantes (Paulo Roberto e Suellen Francisco)	1. Entrevista já realizada 2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada 4. Entrevistas já realizadas	Matéria pronta
Reportagem 8 – O Tamanho das Quadras	1. Prof. Vânia Barcellos (Arquitetura UFRJ, pesquisa na área) 2. Luciana Carpaneda (pesquisas relacionadas ao desenho do espaço) 3. Natasha Lamônica (Arquiteta)	1. Uso do estudo “Relacionando a ocupação urbana com o sistema viário para o desenvolvimento sustentável” como fonte 2. Entrevista já realizada 3. Entrevista já realizada	Matéria pronta
Artigos de Opinião/Crônica	1. Samuel Garcia 2. Raul Sanches 3. Keytiane Medeiros	1. Artigo recebido 2. Artigo recebido 3. Artigo recebido	-
Entrevista	1. Projeto Cidade para Pessoas	Entrevista já realizada	Entrevista decupada

Entrevistas já realizadas	29
Entrevistas agendadas	00
Entrevistados em contato	00
Entrevistados em aberto	00

A segunda delas foi o Cronograma Imagens, dividido em matéria, andamento das fotos, quem deveria ser creditado e um espaço para observações.

Matéria	Fotos	Créditos	Observação
1 – Masdar City	Ok	Nigel Young e Foster + Partners	Verificar créditos
2 – Transporte Público Gratuito	Ok	Laís Semis	Fazer fotos na quarta
3 – Plano Diretor Participativo	Ok	Programa Unesp	Buscar no Acervo Digital Unesp
4 – Edifícios Abandonados	Ok	Laís Semis	-
5 – Ocupação espaço público		Fora do Eixo e Sergio Oliveira	Pesquisar flickr Fora do Eixo e pedir fotos grafite Sergio
6 – Calçadas	Ok	Acervo Mara Gabrilli	Assessoria Mara Gabrilli
7 – Morte noturna centros	Ok	Laís Semis/Fora do Eixo	Buscar Flickr Fora do Eixo
8 – Tamanho das quadras	Ok	Mariana Trédicci	Pegar croquis com a Mariana
Entrevista	Ok	Natália Garcia, Juliana Russo	Verificar créditos
Artigos	Ok	-	Acervos pessoais

A terceira é referente ao Cronograma de Diagramação, para que mesmo após a diagramação das páginas fosse possível conferir se o texto estava revisado, se as fotos estavam legendadas e creditadas, se a paginação estava certa, se cada editoria estava inclusa no cabeçalho das páginas e se as fotos e a qualidade delas estavam boas o suficiente para impressão. Também foi colocado um espaço para possíveis observações.

Cronograma de Diagramação

Matéria	Revisão do texto	Fontes e Parágrafos	Legendas	Créditos	Paginação	Seção	Fotos	Revisão da qualidade das fotos pra impressão	Observação
1 – Masdar City	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
2 – Transporte Público Gratuito	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
3 – Plano Diretor Participativo	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
4 – Edifícios Abandonados	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
5 – Ocupação espaço público	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
6 – Calçadas	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
7 – Morte noturna centros	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
8 – Tamanho das quadras	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
Entrevista	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-
Artigos	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	-

2.13. Atividades Desenvolvidas e Colaboradores

As atividades realizadas para a consolidação do projeto da Motirõ consistiram basicamente no desenvolvimento de pautas, pesquisa dos temas; mapeamento de possíveis entrevistados, desenvolvimento e realização das entrevistas, produção das reportagens, produção dos artigos de opinião, produção de ilustrações, registro fotográfico de três matérias, pesquisa de imagens para incluir nas reportagens, revisão textual e gráfica.

A realização de determinadas etapas desse processo contou com colaboração de cinco pessoas: Mariana Trédicci, Raul Sanches, Samuel Garcia, Keytyane Medeiros e Gabriel Ruiz.

Mariana, aluna de Arquitetura e Urbanismo, se dedicou a fazer as ilustrações que acompanham a matéria sobre as quadras e o espaço local (nas páginas 38 e 39). Os alunos também de Arquitetura, Raul e Samuel, se responsabilizaram pela produção de um artigo de opinião cada um, bem como a aluna de Jornalismo, Keytyane Medeiros.

Raul Sanches também foi o revisor textual das reportagens, artigos e editorial presentes na revista.

Gabriel, jornalista e produtor cultural do Fora do Eixo, acompanhou a saída fotográfica dos edifícios abandonados no centro de São Paulo ocupados pelos movimentos de moradia e ajudou na elaboração da entrevista com Joaquim Santos, do movimento Luta por Moradia Digna.

Capítulo 3 – Comentários

3.1. Dificuldades encontradas

As maiores dificuldades encontradas para a realização da Motirõ foram em relação aos entrevistados. Muitos (mais de 15) deles que haviam sido mapeados caíram por indisponibilidade de agenda, delays de semanas entre as trocas de e-mails e recusa de entrevistas. A substituição dessas fontes acabaram atrasando o andamento de algumas reportagens.

Outra dificuldade foi que a maioria das reportagens precisaram de fotografias bonitas e em boa qualidade de eventos que já haviam passado ou de lugares longínquos – fatores que impossibilitaram a realização total do projeto fotográfico por mim. A maioria das fotos presentes tiveram autorização para serem incluídas no projeto da revista (Acervo Mara Gabrilli, Nigel Young, Escritório Foster + Partners, Natália Garcia, Programa Unesp Para o Desenvolvimento Sustentável de São Luiz do Paraitinga) ou estavam disponíveis em Creative Commons (Fora do Eixo e Mídia Ninja), com exceção das fotos que aparecem na reportagem sobre Plano Diretor Participativo referentes à enchente, mas que foram creditadas de acordo com o site de que foram copiadas.

Pela não familiaridade com programas como Photoshop e InDesign a diagramação tomou grande parte do tempo e nem todos os recursos imaginados no projeto gráfico da revista puderam ser feitos por falta de conhecimento técnico dos programas. Algumas falhas de impressão também são fruto da não-prática com impressões gráficas: como a falta de sangria e marcas de corte, que resultaram em pequenos cortes errados.

3.2. Considerações finais

A realização do projeto da Motirõ foi um desafio: mostrar na prática que as pautas de urbanismo eram relevantes para o dia a dia de todo mundo e que estavam aí só a espera de ser desenvolvidas; ir atrás de diferentes profissionais que pudessem abordar questões urbanísticas por seus pontos de vista; produzir reportagens que não fossem muito densas, cansativas e técnicas com um grande material de base e mais de três horas e meia de áudio

e muitas páginas compiladas de respostas de e-mails; montar e executar um projeto gráfico em programas em que o domínio das ferramentas era muito pequeno.

No entanto, fazer uma revista de urbanismo é tratar de temas riquíssimos e que são vivenciados por nós todos os dias por um outro viés, o da prática. O jornalismo especializado tem muito ainda em que avançar sobre essa área, já que os assuntos tratados por essa disciplina dizem respeito à nossa vivência toda na terra, influenciadas pelas ações das gerações passadas e influenciando as que ainda virão.

Dos rascunhos à revista impressa, o processo foi longo e em muitos foram os momentos de trabalho solitário, desenvolvendo um produto desse tamanho sozinha. Mas esse foi um projeto que considerei importante seguir em frente mesmo com as adversidades encontradas. Vê-lo realizado é, sem dúvidas, uma grande satisfação.

Capítulo 4 - Bibliografia

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf. 2005. Acesso em: 07 de abril de 2013.

ALVES, José Xaides de Sampaio. **Desafios para democratizar as cidades brasileiras**. In: Maria Solange Gurgel de Castro Fontes; Norma Regina Truppel Constantino; Luiz Cláudio Bittencourt. (Org.). *Arquitetura e Urbanismo: Novos desafios para o século XXI*. 1ed. Bauru: Canal 6, 2009, v. 1, p. 127-139.

ALVES, Maria Emanuela Vasques; CHRISTOFOLETTI, Nathália; ALMEIDA, Nathália Tonaide. Monografia de Graduação **Paralela – revista de bolso**. 2008. Universidade Estadual Paulista.

ARAÚJO, Silvia Amélia de. **Rotinas produtivas em revista: padrões e transformações no fazer de uma publicação segmentada**. In: Frederico de Mello B. Tavares; Reges Schwaab. (Org.). *A revista e seu jornalismo*. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

BENETTI, Marcia. **Revista e Jornalismo: conceitos e particularidades**. In: Frederico de Mello B. Tavares; Reges Schwaab. (Org.). *A revista e seu jornalismo*. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

CAMPOS FILHO, Cândido Malta. **Cidades brasileiras: seu controle ou o caos - O que os cidadãos brasileiros devem fazer para a humanização das cidades**. São Paulo: Nobel, 1989.

CORRÊA, Thomas Souto. **A revista no Brasil**. São Paulo: Abril, 2000.

COSTA, Carlos. **Escrever em revistas**. Três textos de trabalho. In: *Anuário de Jornalismo*. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, 2001.

DOURADO, Tatiana Maria. **A revista “As Variedades ou Ensaios de Literatura” e os primeiros indícios do jornalismo especializado**. 2012.

FERRAZ, Hermes. **Cidade e vida**. São Paulo: João Scortecci Editora, 1996.

JACOBS, Jane. **Vida e morte de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MARANHÃO, Eveline Melo e. Monografia de Graduação **Convívio – Uma revista de Arquitetura, Urbanismo e algo mais**. 2008. Universidade Estadual Paulista.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

SARMENTO, Fernanda. **Design Editorial no Brasil: revista Senhor**. 2000. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, São Paulo.

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

SECCHI, Bernardo. **Primeira Lição de Urbanismo**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

SOBRAL, Gustavo. **Jornalismo, arquitetura e mercado editorial: quem faz e como faz jornalismo em arquitetura no Brasil**. Disponível em:

<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.134/3970>. Acesso em: 27 de julho de 2013.

TAVARES, Frederico de Mello B. **Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo**. In: Frederico de Mello B. Tavares; Reges Schwaab. (Org.). *A revista e seu jornalismo*. 1ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

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

SITE

<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao>. Acesso em: 20 de dezembro de 2013.