



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE JORNALISMO

CINDY MARIA DAMASCENO JALES
MARCELA DE CASTRO TOSI

REVISTA ZUADA!: UMA EXPERIÊNCIA EM JORNALISMO IMPRESSO E
CIDADANIA

FORTALEZA
2022

CINDY MARIA DAMASCENO JALES
MARCELA DE CASTRO TOSI

REVISTA ZUADA!: UMA EXPERIÊNCIA EM JORNALISMO IMPRESSO E
CIDADANIA

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo do
Departamento de Comunicação Social da
Universidade Federal do Ceará, como requisito
para obtenção do Título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientadores: Prof. Dr. Rafael Rodrigues da
Costa e Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena
Lucas

FORTALEZA - CE

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

J27r Jales, Cindy Maria Damasceno, Tosi, Marcela de Castro.
Revista Zuada! : Uma experiência em jornalismo impresso e cidadania / Tosi, Marcela de Castro Jales,
Cindy Maria Damasceno. – 2022.
45 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e
Arte, Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Fortaleza, 2022.

Orientação: Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa.

Coorientação: Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas.

1. jornalismo impresso. 2. jornalismo comunitário. 3. segurança pública. I. Título.

CDD 070.4

CINDY MARIA DAMASCENO JALES

MARCELA DE CASTRO TOSI

REVISTA ZUADA!: UMA EXPERIÊNCIA EM JORNALISMO IMPRESSO E
CIDADANIA

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Jornalismo do
Departamento de Comunicação Social da
Universidade Federal do Ceará, como requisito
para obtenção do Título de Bacharel em
Jornalismo.

Aprovada em: 09/02/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rafael Rodrigues da Costa (Orientador)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Ricardo Jorge de Lucena Lucas (Co-orientador)

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Thatiany do Nascimento Pereira

Jornalista profissional

Ana Argentina Castro Sales

Biblioteca Comunitária Papoco de Ideias

AGRADECIMENTOS

Cindy

Este trabalho é um recibo. É consequência do investimento deste país na educação superior gratuita e volta para comunidade em forma de serviço. Saio desta Casa consciente de que serei jornalista formada pela Universidade pública de qualidade. Celebremos estes espaços. Sempre.

Agora, esta seção foi escrita com um objetivo só: de que o carinho que coloco aqui escape destas margens, escorra pelo papel, entre em uma topique qualquer e alcance todos que me ajudaram a chegar no hoje.

Agradeço à minha mãe, Candida, pela referência em profissionalismo e integridade – não existiria Cindy sem Candy. Ao meu irmão, Cid, pelos sacodes à realidade quando necessário (e pelos memes por WhatsApp, também).

Às minhas tias (muitas! Marias!), por correrem a abrir o portão sempre que necessário. Obrigada por estarem aqui. Às minhas avós, Rita e Aurimar, por ensinarem que existem diversas formas de ser mulher. Aos meus avôs, Mossoró e Tarcísio, pela herança da história bem contada.

Ao Jefferson Jales por me aceitar enquanto pessoa esfarelada e utilizar as melhores ferramentas (um abraço, uma risada e um cheiro na testa) para me montar de volta.

À Marcela Tosi por ser um presente do tempo e da graduação e, principalmente, por ser âncora e bússola para esta minha mente evaporada. À Rochelly pela receptividade e por ter me adotado enquanto amiga.

Aos meus companheiros de vida, Stephanie, Jaina e Jefferson, pela tolerância adquirida após 20 anos de permissividade e amizade. Ao William Barros, por ser essa mistura de amigo, filho, irmão caçula, referência e cúmplice de 075.

À Catalina Leite, Marília Freitas, Marília Abreu, Jéssica Queiroz, Ingrid Campos, Natali Carvalho, Gabriela Feitosa e Thays Maria Salles. Vocês carregam esta categoria (a das mulheres sensacionais) nas costas. Obrigada pela companhia e pelo suporte nestes anos de graduação.

À 31ª turma de Focas do Estádio por compartilharem comigo da agitação de 2021. Aquela Turma foi necessária para muito do que considero hoje como jornalista.

Ao privilégio de ter tido majoritariamente mulheres como chefes neste começo de carreira. Lyana Ribeiro, Daniella de Lavor, Dahiana Araújo, Theyse Viana, Elba Aquino,

Heloísa Vasconcelos, Andreia Lago e Carla Miranda: também sou consequência destes nossos contatos. Obrigada por serem referência para esta recém-chegada.

Ao Rafa que forjou em mim, pacientemente, a maturidade necessária para seguir até o final. Obrigada pela coerência e pelo olhar sincero. Ao Ricardo Jorge pelas visões diferentes e pelo bom humor via mensagem de texto.

E a mim, também, que entre tropeços, alegrias, frustrações e xaboques arrancados, testemunhei a delícia assustadora de recomeçar.

Marcela

Este trabalho é também a afirmação de que é possível desejar e colocar em prática os recomeços. É a afirmação daquilo que propósito e coletividade são capazes de construir.

Agradeço aos meus pais e aos meus irmãos – Marta, Marcelo, Marco e Murilo –, pela compreensão e incentivo. Aos meus avós, Maria Beatriz, Francisco, Luzia e Augusto; em cada gesto e em cada lembrança são meu exemplo e minha proteção.

À Rochelly Holanda, por estar lado a lado, de mãos dadas e pés no chão, em cada passo dado. Por dividir vida – em toda sua complexidade –, sendo amparo e coragem. Por tudo e tanto que cabem num abraço e num xêro.

À Cindy Damasceno, por ser parceria constante nas angústias e nas realizações. Por ter estendido as mãos, os anseios e o projeto deste trabalho para que pudéssemos construir juntas essa zuada toda.

A Catalina Leite, Ingrid Campos, Jéssica Queiroz e Marília Abreu, companhias encontradas nos corredores do Centro de Humanidades II e que se mantêm além das distâncias e dos novos caminhos escolhidos.

Ao Mídium, que hoje se mostra mais que um projeto universitário: é o fazer competente e questionador que vejo se multiplicando em cada um de nós que o construímos.

A quem faz no dia a dia o curso de jornalismo na Universidade Federal do Ceará.

A quem faz todos os dias o jornalismo do Grupo de Comunicação O POVO, redação que me acolhe e ensina há quatro anos. Agradeço especialmente a Juliana Matos Brito, Érico Firmo, Mariana Lazari, Adailma Mendes, Sílvia Bessa, Sara Oliveira, Tânia Alves e André Bloc, por confiar neste princípio de repórter e incentivar a formação de profissionais que verdadeiramente se importam – não só com o ofício, mas uns com os outros.

A cada um e a cada uma que dedicou parte do seu tempo para contribuir neste trabalho. Por cada história, cada experiência e cada sugestão compartilhadas. Por acreditarem no jornalismo ao qual nos propusemos desde o início – não só da Zuada!, mas desse caminho que hoje ganha um novo marco importante.

Ao Rafael e ao Ricardo Jorge, por toparem, com paciência e persistência, nos acompanhar. Pelos conselhos, pelas mensagens bem humoradas e pelo olhar atento, ainda que pela distância imposta por telas e conexões de internet.

Agradeço, por fim, a todos que fazem, com respeito e compromisso, a universidade pública e a comunicação neste País. Os desafios são diversos, mas à nossa volta há quem acredite no fazer coletivo de novas realidades para o hoje.

Escrevo porque acredito no poder da narrativa da vida em transformar a própria vida. E acredito mais ainda no poder de transtorná-la

Eliane Brum

RESUMO

A precariedade do jornalismo atual, resumido em redações enxutas e sobrecarregadas, coloca em evidência quem é e quem não é produtor de notícias nas redações convencionais. Como alternativa a estas abordagens, surge a Zuada!, revista impressa para distribuição gratuita nas comunidades de Fortaleza. Sem abrir mão do didatismo, a publicação traz aspectos aprofundados de temáticas diversas. Com espaço voltado para atores sociais diversos, a Zuada! resulta do processo de escuta ativa de comunicadores populares e traz em si a proposta de um jornalismo comunitário e participativo. A edição piloto foi realizada durante a pandemia de Covid-19 entre os anos de 2020 e 2021, de forma remota. Entre os objetivos específicos desta edição, estão a abordagem de temas correlatos à segurança pública no Ceará; o incentivo de projetos comunitários de promoção da leitura e da cidadania; e a promoção de pontos de vista críticos sobre a realidade. Ao fim do processo produtivo, a Zuada! será distribuída a partir de bibliotecas comunitárias situadas em cinco bairros da periferia de Fortaleza: Conjunto Palmeiras, Antônio Bezerra, Barroso, Barra do Ceará e Santa Filomena.

Palavras-chave: jornalismo impresso; jornalismo comunitário; segurança pública.

ABSTRACT

The precariousness of current journalism, summarized in dry and overloaded newsrooms, highlights who is and who is not a news producer in conventional newsrooms. As an alternative to these approaches, Zuada!, a printed magazine for free distribution in the communities of Fortaleza, appears. Without giving up didacticism, the publication brings in-depth aspects of different themes. With a space for diverse social actors, Zuada! results from the process of active listening to popular communicators and brings in itself the proposal of a community and participatory journalism. The pilot edition was carried out during the Covid-19 pandemic between the years 2020 and 2021, remotely. Among the specific objectives of this edition are the approach to topics related to public security in Ceará; encouraging community projects to promote reading and citizenship; and the promotion of critical points of view. At the end of the production process, Zuada! will be distributed from community libraries located in five neighborhoods on the outskirts of Fortaleza: Conjunto Palmeiras, Antônio Bezerra, Barroso, Barra do Ceará and Santa Filomena.

Key words: printed journalism; community journalism; public security.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A transformação das pautas	17
Figura 2 - A paleta de cores da Zuada!.....	22
Figura 3 - Logo Zuada! Antes e depois da estilização da tipografia	23
Figura 4 - Logo Gasguito antes e depois da estilização da tipografia	23
Figura 5 - Utilização da tipografia Times New Roman.....	24
Figura 6 - Utilização da tipografia Humans Sans.....	24
Figura 7 - Utilização da tipografia Montagu Slab	25
Figura 8 - Áreas nobres da revista	26

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 AUSÊNCIAS DO JORNALISMO E NECESSIDADE DE CONSTRUIR UMA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA ACESSÍVEL E PARTICIPATIVA	13
2.1 O que nos traz até aqui	13
2.3 Jornalismo comunitário e o leitor como sujeito participativo	14
3 O POR QUÊ DE UMA REVISTA IMPRESSA	15
4 DA IDEIA ÀS PÁGINAS: COMO FIZEMOS O CONTEÚDO DA ZUADA!	16
4.1 Reconhecendo as possibilidades e as potências da revista	16
4.2 O que falar quando se fala de segurança pública	17
4.3 Reportar no cenário entre telas da pandemia	18
5 AS PARTES DE UM TODO: ELEMENTOS GRÁFICOS, EDITORIAIS E LOGÍSTICOS DA ZUADA!	20
5.1 A revista	20
5.2 Projeto gráfico-editorial	22
5.2.1 Formato e grid	22
5.2.2 Paleta de cores	22
5.2.3 Tipografia e suas aplicações	23
5.2.4 Iconografia	25
5.2.5 Capa	25
5.2.6 Disposição de conteúdo	26
5.2.7 Seções	27
5.2.8 Público-alvo	28
5.3 Chegando ao público: Instagram e bibliotecas parceiras	29
5.3.1 O papel das bibliotecas parceiras	29
5.3.2 A Zuada! no Instagram	29
6 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	30
REFERÊNCIAS	32
APÊNDICE A - MINI MANUAL DE REDAÇÃO ZUADA!	34
APÊNDICE B - INFORMAÇÕES SOBRE O PERFIL NO INSTAGRAM	37
APÊNDICE C - PLANO FINANCEIRO	43

1 INTRODUÇÃO

Pensar na criação de um veículo de comunicação impressa em 2021 pode parecer anacrônico. Entretanto, o jornalismo impresso, ainda mais o jornalismo em revista com proposta comunitária e participativa, tem características específicas que podem ser especialmente úteis em um país onde o acesso à Internet segue não democratizado e cuja população continua distante das práticas jornalísticas.

Um elemento importante para compreendermos o cenário do jornalismo no Brasil é a presença/ausência de veículos jornalísticos nos 5.570 municípios do país. Destes, 3.487 não têm qualquer veículo jornalístico. Outras 1.074 cidades têm até dois veículos e apenas 1.009 têm três ou mais (ATLAS DA NOTÍCIA; 2020).

No jornalismo impresso, cresce o encerramento de produções impressas. Fortaleza, local-base deste trabalho, apesar de ser um não-deserto segundo a classificação do Atlas da Notícia, testemunhou em 28 de fevereiro de 2021 o fim das edições impressas do Diário do Nordeste, do Sistema Verdes Mares, e que estava entre os veículos com maior circulação no Ceará. Naquele ano, mais 11 veículos de comunicação fecharam as portas no Brasil. Em sua maioria, as publicações decidiram investir somente no formato online¹.

Cada vez mais, as empresas de comunicação se voltam para o meio digital, onde o consumo de notícias cresce. No primeiro semestre de 2020, a circulação geral dos dez jornais mais vendidos no Brasil caiu 9,2%; já a proporção de seus leitores digitais subiu para 64%. No país, os meios online (incluindo as redes sociais) são fonte de notícia para 83% da população. Os telejornais informam 63% dos brasileiros e somente 12% creditam a mídia impressa como fonte de notícias (NEWMAN, 2021).

Entretanto, cerca de 12 milhões de lares brasileiros não têm acesso à Internet. Destes, nove milhões estão entre as classes D e, como aponta a pesquisa TIC Domicílios 2020. Enquanto apenas 64% dos domicílios da classe D e têm acesso ao universo online, esse acesso chega a 100% das casas da classe A. O Comitê Gestor da Internet no Brasil (2021) indica ainda que entre os motivos para a falta de acesso à Internet está o fato de os moradores considerarem o serviço caro (68%), de não saberem usar a Internet (50%), não sentirem necessidade de acesso (49%) e não estarem interessados (48%).

¹ FENAJ. **12 veículos de comunicação fecharam as portas no Brasil em 2021**. 6 jan. 2022. Disponível em <https://fenaj.org.br/12-veiculos-de-comunicacao-fecharam-as-portas-no-brasil-em-2021/>. Acesso em 24 jan. 2022

Apontamentos das exclusões provenientes da intersecção entre raça e gênero também devem ser considerados. Em 2020, o uso da Internet entre brancos (81%), pardos (83%) e pretos (80%) se deu em patamares semelhantes. Contudo, há diferenças importantes em relação à qualidade do acesso e à realização de atividades online. Usuários pretos e pardos acessaram a internet exclusivamente pelo telefone celular em maiores proporções (65% e 60%, respectivamente) que usuários brancos (48%). Em outra medida, mulheres negras realizaram transações financeiras (37%) ou serviços públicos (31%) pela internet em proporções inferiores às de homens brancos (51% e 49%, respectivamente) (CGI.BR, 2021).

Por fim, cabe apresentar nestas considerações iniciais o tema da edição zero da revista **Zuada!**. A proposta é abordar temas de relevância social e, nesse sentido, é uma demanda emergente abordar as políticas de segurança pública em abordagens que avancem para além do apresentado nos grandes veículos. O tema está entre os principais mobilizadores de discussões no Brasil contemporâneo. Além de questão social, trata-se de um problema político para os governantes. Nos últimos anos, o Ceará se tornou uma vitrine no que diz respeito à violência urbana e a políticas de segurança pública (LINS, 2020).

Nos seis primeiros meses de 2021, 264 jovens cearenses com idades entre 10 e 19 anos foram vítimas da violência letal (CADA VIDA IMPORTA, 2021). Apesar de registrar redução no número de homicídios, o ano teve ao menos sete chacinas, maior número desde 2018². No ano anterior, segundo o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2021), Caucaia (Região Metropolitana de Fortaleza) foi o município mais violento do país e o Ceará teve o menor gasto per capita com segurança. Atrás de cada um desses números, há histórias que devem ser contadas e a necessidade de discutir questões não só sobre violência, mas também sobre o que é segurança, quais são as políticas de segurança pública no Ceará, como as comunidades encontram pertencimento e desenvolvem projetos para construir realidades mais pacíficas.

Assim, a revista **Zuada!** visa ampliar o acesso das comunidades de Fortaleza a informações confiáveis sobre temas de interesse e importância social, sendo esse o seu objetivo geral. Entre os objetivos específicos desta edição zero, consideramos necessário 1) abordar de maneira colaborativa temas correlatos à segurança pública no Ceará; 2) incentivar projetos comunitários de promoção da leitura e da cidadania; e 3) promover a construção de pontos de vista críticos sobre a realidade.

² BARBOSA, Lucas. 2021 é o ano com mais chacinas no Ceará desde 2018. **O POVO**. 25 dez. 2021. Disponível em <https://www.opovo.com.br/noticias/ceara/2021/12/25/2021-e-o-ano-com-mais-chacinas-no-ceara-desde-2018.html>. Acesso em 22 jan. 2022.

2 AUSÊNCIAS DO JORNALISMO E NECESSIDADE DE CONSTRUIR UMA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA ACESSÍVEL E PARTICIPATIVA

2.1 O que nos traz até aqui

Antes de começar a discutir, fundamentalmente, a revista **Zuada!**, é preciso ter em mente que, embora seja apresentada ao mundo como trabalho de conclusão de curso, não se trata de um projeto feito somente para este fim. Da etimologia à gráfica, a **Zuada!** nasce do desejo de chamar a atenção do jornalismo para suas ausências. A **Zuada!** é vibrante e acústica porque é um manifesto: propõe-se a uma produção jornalística mais próxima e mais inclusiva ao colocar em suas páginas as potencialidades de uma escrita coletiva e participativa.

Faz-se necessário trazer a leitura de Deuze (2015) sobre o jornalismo contemporâneo. A precariedade atual, sintetizada em redações mais enxutas e sobrecarregadas, coloca em evidência quem é o produtor de notícias – e coloca na vitrine a inacessibilidade da produção contemporânea. Na análise do autor,

[...] com a dinâmica acelerada de reorganizações e remanejamentos, aquisições e demissões, novos proprietários e gestores, novas modalidades de trabalho e cortes no orçamento, o jornalismo tornou-se menos acessível a todos. Na verdade, se nós colocarmos isso de uma forma provocativa, ele parece ser, cada vez mais, um campo de atuação da classe abastada: somente para aqueles que podem se dar ao luxo de trabalhar por anos, ou até mesmo durante a maior parte de suas carreiras, abaixo ou com algo em torno do salário mínimo. (DEUZE, 2015, p. 12).

Então, quem pauta, escreve, fotografa, filma, edita e diagrama o material que vai ar ou chega às bancas, aos computadores, smartphones e tablets o faz com o enquadramento discursivo baseado em sua realidade de grupo produtor – que compõe, também, o público consumidor ideal. É uma dinâmica excludente, ao limitar quem acessa os grandes espaços de produção de conteúdo, e ausente, por se retirar de espaços que sejam desinteressantes comercialmente.

O que chega ao leitor é um retalho ideológico do que “vale a pena” ser pautado, atenta Borelli (2005). Neste funcionamento, para ser considerada de interesse público, a informação antes se submete à uma triagem logística e comercial – e “só ganha status de notícia se ‘couber’ na ideologia, na estrutura pré-determinada (diagramação, espaço para publicidade, para matérias “pagas”, etc.)”, continua a autora.

Duas realidades são resultantes dessa fórmula editorial. A primeira, a dos enquadrados no perfil de leitor desejado pelo jornal e que permanece alheio às outras cenas que não a sua. A segunda, a de quem não entra nesta triagem noticiosa, seja por não estar alinhado

com a expectativa de leitor da empresa-veículo, seja por não se ver compreendido pelos materiais que recebe da mídia.

2.3 Jornalismo comunitário e o leitor como sujeito participativo

É para conversar com esta segunda parcela que a **Zuada!** se estabelece enquanto construção coletiva. Entendemos que somente uma articulação feita ouvindo de "casa em casa" seria suficiente para alcançar o público ao qual nos destinamos sem levar para a escrita as ideias e as visões que, enquanto profissionais, já absorvemos do dia a dia das redações.

Esta aproximação se faz pela comunidade porque a revista tem um componente territorial marcante: ela é distribuída de forma gratuita apenas em bairros socialmente vulneráveis de Fortaleza. Ao elencar o território como marco neste trabalho, colocamos em evidência uma imprensa autenticamente comunitária, produzida por e para os sujeitos leitores (MELO, 2006). Não é por acaso a postura didática e tutorial que a **Zuada!** adota em alguns momentos. Estes ajustes foram trazidos à equipe de repórteres durante conversas com as lideranças comunitárias, nossa principal ponte com o público leitor.

O material aqui é diferente da ideia original que apresentamos aos atores sociais. Ele agrega os apontamentos que nós, jornalistas acostumadas com o procedimental das redações, não havíamos elencado como prioridade. Entram como resultado desta escuta ativa a necessidade de pautas que não tratam a segurança pública apenas como traço correlato exclusivamente ao violento e as violências. Essa é a narrativa que corriqueiramente chega até à comunidade, que se mostrou sobrecarregada pela cobertura diária da mídia convencional.

A importância deste trabalho é romper com a lógica redacional colocada ao fim do tópico anterior. Apresentamos um ciclo de produção noticiosa no qual é possível ser visto e acolhido porque no meio do processo de construção da revista está alguém que é vizinho. Ao valorizar o local de onde se fala, a **Zuada!** é um produto deste novo jornalismo que já está na esquina. Ela segue – por referência e por bandeira – a crescente movimentação nordestina por uma produção hiperlocal, engajada e anti-individualista. Esta zuada é ecoa há anos pelos projetos como o coletivo de jornalismo independente Marco Zero (Pernambuco), a Agência Eco Nordeste (Ceará), a agência Retruco (Alagoas) e a *newsletter* Cajueira (que faz uma curadoria de conteúdos produzidos pelo jornalismo independente nos estados do Nordeste) – para citar alguns projetos que nos inspiraram.

3 O POR QUÊ DE UMA REVISTA IMPRESSA

Fazer um jornalismo comunitário e participativo passa, também, pela necessidade de levar ao público uma mídia que esteja *lá*, efetivamente. A vantagem do jornalismo impresso – que tem o trunfo de elencar, entre seus elementos, a capilaridade e o alcance – foi evidente neste cenário. A abrangência é importante para a **Zuada!**, principalmente em um contexto onde o acesso à Internet – e à leitura de material jornalístico de qualidade – ainda não é predominante.

O objetivo é que o material, distribuído por Fortaleza, construa uma relação de proximidade com o leitor. Para que o suporte de notícias entre nos bairros é necessário mais do que uma presença física; se faz urgente a criação de laços. A revista, como lembra Ali (2009), é a mais adequada entre as mídias: é portátil, provocativa e companheira. Isso porque

estabelece com o leitor uma relação que é renovada a cada edição. Uma relação de um-com-um, familiar, íntima e envolvente. A revista fala sobre o que interessa ao leitor, levando em consideração seus desejos e expectativas, expressando suas esperanças e preocupações. (ALI, 2009, p. 19).

Entendemos a **Zuada!** como uma porta de entrada para o compartilhamento de informação. Ela não foi pensada para ser lida individualmente – das cores às montagens e à escolha das pautas, a revista nasce para ser dividida e levada para casa.

Nossa proposta é chegar até quem não tem familiaridade com a leitura por alguém que tenha optado por folhear as páginas. Perceba que, apesar de a revista ser distribuída em locais com maior concentração de público infanto-juvenil, trazemos materiais para faixas etárias diversas. Não é por acaso. A estratégia é cativar quem passa por estes espaços. Ser cativante e ter a possibilidade de se movimentar entre diversos espaços, pelas mãos e discussões de cada leitor e leitora, é o que manterá a **Zuada!** viva e operante.

4 DA IDEIA ÀS PÁGINAS: COMO FIZEMOS O CONTEÚDO DA ZUADA!

4.1 Reconhecendo as possibilidades e as potências da revista

Inicialmente, realizamos uma série de conversas informais e pré-entrevistas com especialistas de diversas áreas. Os primeiros diálogos se deram a fim de definir o grupo de bibliotecas que seriam nossas parceiras. Considerando o tempo para a realização do projeto, bem como os recursos pessoais e financeiros disponíveis, definimos que o trabalho seria desenvolvido com o cinco bibliotecas comunitárias.

Então, contatamos comunicadores populares, os quais nos indicaram os equipamentos comunitários dos seus bairros. Por meio de videochamadas e mensagens de WhatsApp, o projeto foi apresentado a oito bibliotecas. As apresentações foram feitas na ordem em que conseguimos os contatos e em sequência, até que chegássemos ao total de cinco parceiros com disponibilidade para compor a rede de distribuição e discussão da **Zuada!**.

Além de definir o quinteto consultivo, tais diálogos chamaram a atenção para a presença das crianças nas bibliotecas comunitárias. A partir desses apontamos, pudemos definir a faixa etária do público leitor primário e a criação do suplemento infantojuvenil Gasguito. Para a elaboração deste suplemento, uma pré-entrevista com Georgia Albuquerque, professora da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará e especialista em práticas lúdicas, Psicologia Educacional e desenvolvimento infantil, nos ajudou a compreender os recursos necessários para um produto voltado ao público leitor dessa seção. entre eles, o uso de referências cotidianas, a compreensão de que esse público também vive e elabora questões relacionadas à segurança (ou falta dela) e a inserção de elementos lúdicos.

Conversamos ainda com os designers Gil Dicelli e Samuel Furtado para elaborar nossas ideias e percepções sobre o que seria necessário e mais importante no projeto gráfico da revista. Por fim, a jornalista e pesquisadora Raphaele Batista contribuiu ao discutirmos sobre comunicação popular e jornalismo independente/alternativo.

Simultaneamente, realizamos pesquisa bibliográfica e documental sobre a segurança pública no Ceará. Conforme Lakatos e Marconi (2005), a pesquisa bibliográfica tem a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo que foi escrito, dito ou filmado sobre um determinado assunto. Este método permite ao pesquisador um reforço auxiliar na análise da pesquisa e na manipulação das informações.

4.2 O que falar quando se fala de segurança pública

Após esse momento, seguimos para definição das seções da revista, bem como das pautas e dos gêneros jornalísticos adotados. Contamos tanto com as sugestões e problematizações trazidas pela equipe consultiva, quanto com algumas respostas obtidas por meio de questionário online. Respondido por nove frequentadores das bibliotecas parceiras, o formulário nos ajudou a compreender o público-alvo da **Zuada!** (como apresentado no tópico 5.2.8) e as demandas desses leitores quando o assunto é segurança pública em Fortaleza.

Quando perguntamos, em questão de resposta discursiva sobre o que gostariam de saber ou discutir sobre segurança pública, as respostas variaram desde “Nada”, até “Eu gostaria de saber números de políticas de segurança pública e ter uma discussão efetiva sobre o que realmente funciona”. Outras respostas foram “Como neutralizar o poder do crime e dos criminosos”; “Investimentos públicos na área”; “Alternativas além da força repressiva”; “Como mudar a realidade” e “Polícia cidadã, transparência sobre orçamento e desmilitarização da polícia”. Diante de tudo o que ouvimos, lemos e discutimos até esse ponto decidimos as seções da Zuada! (como será detalhado no próximo capítulo) e as pautas das reportagens.

Somando tais contribuições, as pautas inicialmente apresentadas por nós foram transformadas em conteúdos mais adequados aos desejos de leitura e debate do público, como apresentado a seguir:

Figura 1 - A transformação das pautas



Em relação às pessoas convidadas a colaborar, por meio de artigos de opinião, cessão de seus trabalhos artísticos e compartilhamento de suas histórias, foram contatadas a partir de indicações, por meio da amostragem em bola de neve (DEWES, 2013; FLICK, 2009): cada uma indicava outras para a entrevista, que por sua vez indicavam mais algumas. No entanto, como lembra Dewes (2013), a metodologia costuma “trazer viés” ao grupo entrevistado. Isso porque é comum que pessoas indiquem semelhantes ou pessoas mais conhecidas em determinado assunto. Assim, coube à equipe da **Zuada!** identificar quais seriam as melhores opções para trazer diversidade de pontos de vista à revista. Buscamos tanto as autoridades governamentais responsáveis pela segurança pública no Ceará, quanto organizações e grupos de pesquisa que trabalham com o tema e ainda moradores de variadas áreas de Fortaleza.

A entrevista, método utilizado desde a pré-produção (como apresentado no tópico anterior) até a apuração das reportagens, foi realizada tendo em vista o estabelecimento de um “diálogo possível” entre entrevistador e entrevistado, onde a técnica é ultrapassada pela “intimidade” entre o eu e o tu. Desse encontro, o entrevistado e o entrevistador saem “alterados”, como expõe a autora Cremilda Medina (1986).

4.3 Reportar no cenário entre telas da pandemia

Nesse percurso, produzir e apurar entre telas foi uma experiência desafiadora, apesar de não totalmente nova. Incompatibilidades de horários, dificuldades de conexão com a internet e o distanciamento físico ao abordar um tema tão complexo quanto a segurança pública foram aspectos complicadores, que nos direcionaram a pensar em outras saídas para futuras edições da revista.

Diante dos riscos à saúde causados pela pandemia de Covid-19, as entrevistas tiveram de acontecer majoritariamente por telefone. Também foram realizadas entrevistas por videochamada, de acordo com a possibilidade de tempo e de recursos da fonte, e, ainda, por troca de mensagens via WhatsApp. Os mesmos meios remotos foram utilizados para entrar em contato com colaboradores (fotógrafas, colunistas e ilustradores).

Apesar de garantir os cuidados necessários contra o coronavírus, o cenário entre telas trouxe desafios. Na elaboração da arte da capa, por exemplo, a dificuldade de conexão online e de acesso a meios eletrônicos tornou a conversa mais demorada e não foi possível executar a ideia inicial de ter colagens no decorrer da reportagem principal.

Concomitante a essas questões, outros elementos das vidas pessoais e profissionais da equipe, dos orientadores deste trabalho, dos colaboradores e das pessoas entrevistadas

estiveram em jogo nesse período. De sua concepção à entrega ao público final, a Zuada! leva um ano. São doze meses nos quais saúde, emprego e renda, sobrecarga de trabalho, ensino remoto e distanciamento das relações se sobrepuseram sem que, muitas vezes, fosse possível haver algum tipo de preparação ou organização. Todos juntos, tivemos de aprender formas de seguir construindo bons caminhos no passo em que respeitávamos os limites de cada situação.

5 AS PARTES DE UM TODO: ELEMENTOS GRÁFICOS, EDITORIAIS E LOGÍSTICOS DA ZUADA!

5.1 A revista

Zuada! surge a partir de inquietações sobre o papel do jornalismo impresso na atualidade, bem como sobre as potencialidades de discussão e formação social a partir da comunicação comunitária. A proposta da revista **Zuada!**, entendida como sua missão, é estimular e embasar discussões sobre direitos básicos e aspectos do cotidiano de comunidades periféricas de Fortaleza. Ao mesmo tempo, busca ser ferramenta para a educomunicação, tanto no sentido de educação por meio de uma mídia de massa quanto no de orientar para uma leitura crítica da mídia.

Assim, tem como valores:

- a transparência, tanto de fontes de dados quanto do processo de apuração e produção jornalística;
- a acessibilidade, especialmente a acessibilidade econômica e de nível educacional;
- o jornalismo colaborativo, ético e responsável;
- a justa, transparente e equilibrada intersubjetividade jornalística;
- a independência editorial, diante tanto de parceiros comunitários quanto de apoiadores financeiros;
- a promoção de direitos humanos, do direito à informação e da qualificação do debate público;
- a ampliação de vozes;
- a valorização das diversidades.

A cada edição, lançada trimestralmente, a **Zuada!** será temática, sendo o tema central definido por meio do Conselho Consultivo e abordado por meio de reportagens, entrevistas, artigos de opinião e crônicas. Como exposto nas seções anteriores, o tema escolhido para a edição zero é segurança pública.

As edições serão distribuídas, a princípio, a partir de cinco bibliotecas comunitárias. Em médio prazo e a partir de parcerias a serem concretizadas, passarão a ser distribuídas também a partir de locais de ampla circulação da população, como centros culturais e terminais de ônibus.

Enquanto trabalho de conclusão de curso, a revista **Zuada!** conta com equipe editorial de duas pessoas, sendo estas auxiliadas pelos orientadores. As jornalistas em formação são responsáveis por todo o processo jornalístico, desde a elaboração deste relatório e das pautas até a revisão dos materiais.

O design e a diagramação, bem como eventuais fotografias da equipe e de entrevistados também são prioritariamente feitas pela dupla. Ficam por conta de parceiros e convidados as ilustrações, fotografias autorais ou de acervo pessoal, colunas de opinião e conteúdos das seções colaborativas (especificadas no projeto gráfico-editorial). Para a edição zero, serão impressos pelo menos 60 exemplares, sendo distribuídos 10 para cada biblioteca parceira e os 10 restantes separados entre acervo pessoal e depósito na biblioteca da UFC.

Além disso, a revista tem uma equipe consultiva formada pelos responsáveis das cinco bibliotecas comunitárias parceiras do projeto, sendo:

- Biblioteca Adianto, localizada na comunidade Goiabeiras, no bairro Barra do Ceará;
- Biblioteca Bate Palmas, localizada no Conjunto Palmeiras;
- Biblioteca da Filó, localizada na comunidade Santa Filomena, no bairro Jangurussu;
- Biblioteca Okupação, localizada no bairro Antônio Bezerra;
- Biblioteca Viva, localizada no bairro Barroso;

Enquanto consultores, as bibliotecas têm liberdade de sugestão, opinião e crítica sobre todo o material produzido. Todavia, não se trata de um conselho com poder de veto aos conteúdos e às formas de veiculação e/ou funcionamento da revista. Cabem à dupla de jornalistas as decisões finais sobre a revista **Zuada!** e seus produtos derivados.

Além do papel consultivo, expresso acima, as bibliotecas parceiras serão os centros de circulação da revista em suas respectivas comunidades. A escolha por bibliotecas comunitárias enquanto o ponto central da logística de distribuição se deve ao reconhecimento do papel destes locais dentro de seus territórios, sendo espaço de acesso a direitos básicos e de formação de um público interessado em leituras e debates. Nesse sentido, cada biblioteca receberá dez exemplares impressos da edição zero da **Zuada!** e serão os locais de realização de clubes de leitura e oficinas sobre os assuntos abordados.

Além da publicação impressa, a **Zuada!** conta com um perfil no Instagram (@nossazuada, disponível no endereço eletrônico [instagram.com/nossazuada](https://www.instagram.com/nossazuada)). Foi criado

conteúdo específico para o perfil, como mosaicos e vídeos curtos para feed e stories, de modo a apresentar a proposta da revista, sua estruturação, o funcionamento, os colaboradores etc.

5.2 Projeto gráfico-editorial

Os elementos gráficos e editoriais da revista buscam estabelecer uma aproximação com o público leitor e facilitar o acesso às informações. Os recursos utilizados para tais propósitos são apresentados a seguir.

5.2.1 Formato e grid

A revista tem 210 mm de largura e 297 mm de altura (A4). Conta com 36 páginas, das quais 32 são destinadas ao miolo e quatro para as capas. A sua versão destinada ao público será impressa em papel offset 90g (para o miolo) e papel couchê fosco 115g (para as capas). Já na versão modelo entregue à banca avaliadora, foi impressa em papel couchê 180g – devido a questões financeiras e logísticas.

5.2.2 Paleta de cores

Para manter a coerência e o entrosamento com os locais de distribuição da revista, a **Zuada!** tem a paleta de cor baseada em fachadas de casas populares. A escolha de cores em cada seção não segue um padrão fechado, apesar de não poder se distanciar da paleta elencada pelo projeto gráfico.

Outros cuidados devem ser tomados na colorimetria da revista. A cor vermelha, presente na identidade visual de peças policialescas que remetem à morte, deve ser evitada em material editorial. A cor rosa de tonalidade escura pode preencher a necessidade do uso de vermelho em alguns casos. Fotos, desenhos e outros produtos enviados por contribuições de leitores também devem passar pela triagem.

Figura 2 - A paleta de cores da Zuada!



Fonte: As autoras, 2022.

Legenda: Da esquerda para direita, Azul Turquesa: 0d738e; Rosa (claro): f27da0; Rosa (escuro): f04b5c; Amarelo: f1c831; Branco Gelo: eaeaec .

5.2.3 Tipografia e suas aplicações

As escolhas tipográficas baseiam-se em critérios de acessibilidade. Cinco famílias de tipos formam o leque de opções tipográficas, contando com as aplicações em logos e ícones.

- **Mandan Font**

A tipografia sem serifa é utilizada para estilização do nome **Zuada!**. No entanto, não deve ser utilizada em nenhuma parte do conteúdo editorial textual e está reservada apenas para a identidade visual da revista. Vale apontar a forma estilizada foi feita de maneira a remeter uma onda sonora e, assim, se conectar ao conceito da revista.

Figura 3 - Logo Zuada! antes e depois da estilização da tipografia

A imagem mostra duas versões do logo 'Zuada!'. À esquerda, o texto 'ZUADA' em uma fonte sans-serif padrão. À direita, o texto 'zuada!' em uma fonte estilizada onde as letras 'u' e 'a' são arredondadas e se conectam, criando uma forma que lembra uma onda sonora.

Fonte: Elaboração própria, 2022.

- **Spot Typography**

Mais leve, a tipografia é base para a logo do suplemento infantil Gasguito. Assim como a Mandan Font, ela não se repete ao longo do texto editorial e é exclusiva para a estilização visual do suplemento.

Figura 4 - Logo Gasguito antes e depois da estilização da tipografia

A imagem mostra duas versões do logo 'GASGUITO'. Ambas as versões usam uma fonte sans-serif muito grossa e condensada. A versão superior é o texto original, e a inferior é uma versão ainda mais condensada e estilizada.

Fonte: Elaboração própria, 2022.

- **Times New Roman**

Por ser facilmente reconhecida, e ter em sua anatomia serifas que permitem uma fácil leitura, a *Times* foi escolhida como tipografia padrão para os textos noticiosos e para as seções de opinião fora da zona nobre de leitura. O corpo adequado para leitura é 14 pt – o tamanho foi pensado para ser minimamente confortável para leitores com dificuldades de visão.

A versão em itálico da tipografia aparece ao longo da revista como formatação dos títulos dos artigos de opinião, como demonstrado na figura 5, abaixo

Figura 5 - Utilização da tipografia Times New Roman



Fonte: Elaboração própria, 2022.

- **Humans Sans**

Sem serifa, a Humans é a tipografia usada para informações serem lidas rapidamente, além de ser a formatação padrão das menções à revista **Zuada!**. Por contrastar melhor em fundos coloridos, além de trazer, esteticamente, uma dinamicidade à mancha gráfica, a Humans é a tipografia do texto opinativo em área nobre, em material infográfico e ainda:

- nas legendas das fotografias e ilustrações
- no conteúdo editorial do suplemento Gasguito
- em destaques do texto

Figura 6 - Utilização da tipografia Humans Sans

Naquela época, a rua era de areia e o Grande Pirambu ia até a Barra do Ceará. “Nasci na rua Santa Inês, nº 594. Tudo era areia. A principal avenida, a Nossa Senhora das Graças, só vinha até a mercearia do Seu Xirico, onde os motoristas tomavam o café com tapioca”, conta o compositor Carlos Careca. “O Pirambu era cheio de gafeiras e terreiros. Era muita areia e paisagem bonita também.”

“Foi muito bom crescer no Pirambu, tenho orgulho do bairro, mas na época era mesmo muita miséria”, acrescenta. “O banheiro da minha casa era em quatro varas e cercado por um pano. E assim eram todos os banheiros aqui.” A falta de infraestrutura e a incerteza de não saber se suas casas poderiam ser tomadas do dia para a noite, fizeram a comunidade se organizar em diversas associações e a promover manifestações, como a Marcha do Pirambu, realizada em 1962.

Hoje o bairro é, no mapa, um trapézio estreito que se equilibra entre o mar à frente e a avenida Leste Oeste atrás. Na área de meio quilômetro quadrado, vivem pelo menos 17.775 pessoas



Sombreamos no mapa onde estão o Pirambu e o Conjunto Palmeiras, comunidades cujas histórias contamos nesta reportagem. Consegue encontrar onde você mora?

23,6%
dos lares fortalezenses
estão em favelas,
comunidades ou
ocupações

Fonte: IBGE

Fonte: Elaboração própria, 2022.

- **Montagu Slab**

Para manter a facilidade de leitura proporcionada por tipografias serifadas, a Montagu Slab aparece como família tipográfica auxiliar à *Times*. O seu uso está determinado de duas formas: ela é padrão para os títulos e os intertítulos, além de ser utilizada nas capitulares.

Figura 7 - Utilização da tipografia Montagu Slab



Fonte: Elaboração própria, 2022.

5.2.4 Iconografia

De forma auxiliar ao conteúdo escrito, os ícones que compõem a *Zuada!* têm função de serem guia. São eles:

- (z!): baseada na identidade visual da *Zuada*, aparece ao fim das seções com conteúdo escrito pela equipe de reportagem;
- (!): aparece ao fim de conteúdos produzidos por colaboradores e convidados;
- Caixa de destaque: utilizada para evidenciar informações-chave no texto.

5.2.5 Capa

A capa é a vitrine de uma revista (Ali, 2009) e, neste produto, é o recurso mais importante – por isso, as escolhas feitas tiveram como motivação a mobilização de público. Lembremos: a **Zuada!**, a ser distribuída em bibliotecas comunitárias, precisará disputar espaço com livros e outras atividades. Ter um bom impacto visual é místico para o processo de capilarização informativa que pretendemos com revista. Ela precisa ser levada para casa.

Os elementos que aparecem na capa, portanto, são estratégicos: a cor, amarela, é padrão e deve ser adotada em todas as edições. Aparece na moldura e no logotipo da revista propositalmente – o amarelo é percebido a grandes distâncias e chama atenção de forma mais eficiente que o vermelho, cor quente e já associada ao destaque (HELLER, 2013).

É claro: apesar de ser evocativa, o amarelo não preenche sozinha a importância de chamar atenção do público. Quem recebe a **Zuada!** em mãos precisa saber do que ela se trata

imediatamente, mesmo que o conteúdo não esteja textualmente explícito. A ilustração da capa cumpre esta função. Ela deve ser sempre feita por uma pessoa artista da comunidade, que elaborará a montagem de acordo com o seu entendimento do tema da edição proposta. Há uma única obrigatoriedade: a ilustração precisa contar uma história – ela vem com um protagonista, um cenário e uma cena, a serem escolhidas pelo(a) artista.

5.2.6 Disposição de conteúdo

De uma maneira tão importante como a forma como é apresentado, o conteúdo também precisa estar adequadamente distribuído. No caso da **Zuada!**, que é vibrante por sobrevivência, a repartição do material entre as páginas também está sob influência da mobilização do público-alvo. Ela aproveita todas as oportunidades para chamar atenção de quem a toca – e, por isso, a **Zuada!** foi elaborada para atrair a partir da folheada.

As áreas nobres das revistas foram colocadas nas extremidades. Nestes espaços, optamos por alocar conteúdos opinativos e informações de destaque. Atentemos para o fato de que isso não significa que os conteúdos noticiosos, encaixados mais para o interior da revista, tenham menor importância. A disposição faz parte da estratégia de mobilizar mais os leitores *a partir* desses pontos de entrada na leitura.

O sequenciamento de material segue a mesma lógica. Os conteúdos textualmente mais pesados não devem ficar próximos um do outro. A preferência é de que estes sejam intercalados com materiais mais ilustrativos.

Figura 8 - Áreas nobres da revista



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Legenda: A zona nobre (destacada) serve como primeira porta de entrada para o leitor

5.2.7 Seções

- Vitrine: localizada no verso da primeira capa, apresenta o(a) artista responsável pela arte da capa da edição;
- Editorial: as boas-vindas à edição vem na página seguinte ao Expediente. É no Editorial que é apresentado o tema da edição bem como são colocados brevemente os assuntos das demais seções;
- Opinião: seção dedicada a receber artigos de convidados que tenham relação com a temática da edição. Há na revista espaço para quatro textos opinativos de convidados, sendo dois com espaço de página inteira e dois de meia-página. Neste último caso, ocupa a metade externa da página, de forma mais visível ao público que folhear a revista;
- Pela Janela: recebe fotos, ilustrações e demais manifestações artísticas de moradores das periferias de Fortaleza retratando aquilo que veem quando olham pela janela, ou seja, sua vizinhança e as experiências nela vividas;
- As histórias de Fortaleza: traz reportagens sobre a história ou momentos históricos de Fortaleza, seus bairros e suas comunidades. Tem como intuito se aproximar do público e incentivar a comunicação participativa na medida em que os leitores podem enviar sugestões histórias para as edições seguintes;
- O que dizem os números: aqui será o espaço de reportagens e inforreportagens cujas principais fontes de informação e análise são dados, especialmente os dados públicos sobre questões relacionadas ao tema da edição;
- Bate Papo: aqui entrevistamos pessoas que se destacam em suas comunidades, seja em áreas diretamente ligadas ao tema da edição, seja por desenvolver projetos ou trabalhos relacionados ao tema;
- Rascunhados: seção dedicada a reportagens em quadrinhos. A linguagem será usada tanto no intuito de aproximar leitores, quanto para humanizar determinados assuntos ou tornar mais didáticas certas questões;
- Na Capa: traz a reportagem principal da edição, que necessariamente põe em foco o tema daquele trimestre e aponta para aprofundamentos nas discussões;
- Gasquito: suplemento infanto-juvenil, voltado para o público de 6 a 14 anos. É a seção da revista com linguagem menos formal e maior intenção de interatividade. Sempre estará conectado ao tema da edição. Possui identidade visual própria e, eventualmente, pode ser publicado de forma avulsa;

- Diga lá: seção de indicações e sugestões, bem como de expressão da opinião do público leitor sobre a revista e/ou sobre os temas abordados. É fruto direto da contribuição dos leitores e da equipe consultiva, que indicam leituras, conteúdos audiovisuais e projetos das comunidades.

5.2.8 Público-alvo

A **Zuada!** tem como leitores modelo crianças e jovens – majoritariamente entre 12 e 24 anos –, de baixa renda, moradores das periferias de Fortaleza e que frequentam bibliotecas comunitárias. O objetivo é de que estes levem o conteúdo e as discussões para a rotina doméstica, seja pelo compartilhamento da leitura com a família, seja pela presença física do exemplar. Como público-alvo secundário compreendemos, principalmente, professores(as), educadores(as) e pessoas interessadas na promoção de direitos.

Para entender quem são nossos leitores, realizamos questionários online cujos resultados apresentamos a seguir. Cabe apontar que a escolha pela ferramenta online do Google se deveu à escolha constante da equipe de evitar exposição à Covid-19.

Em formulário específico para as bibliotecas, obtivemos respostas de três das cinco parceiras. Duas delas apontaram que a maioria do público é feminino e negro (preto ou pardo). No geral, a maioria do público tem até 24 anos e até o Ensino Fundamental completo, tendo renda mensal de até dois salários mínimos.

As bibliotecas afirmaram ainda ter “boa” expectativa sobre a revista; esperar “que a revista possa ajudar a promover novas dinâmicas que modifiquem o foco do público para que estes possam se dedicar a pensar mais em ações que imprimem novas caras aos seus territórios” e que a revista seja “um material de conteúdo fácil, objetivo e divertido”. Sobre a recepção da revista por seus frequentadores, as bibliotecas afirmaram esperar “um pouco de estranhamento, mas será bem aceita” e que “o público deve receber bem uma revista que possui um diálogo com inserção territorial”. Por fim, em relação ao tema da segurança pública, apontaram que “a temática faz parte do dia a dia do bairro”, que dialoga “com o perfil do público, mesmo sendo um público às vezes diverso” e que “dialoga com temas enfrentados por esse público”.

Outro questionário, desta vez endereçado aos frequentadores das bibliotecas, foi respondido por nove pessoas, sendo duas do sexo feminino e sete do sexo masculino. Oito se identificam como pretos ou pardos e um como indígena. Sete declararam ter até 34 anos de idade; um afirmou ter entre 35 e 44 anos e um ter mais de 54 anos. Oito afirmaram ter acesso a internet Wifi em casa, sendo o smartphone o principal meio de acesso à internet para seis pessoas. Já a renda familiar mensal de sete dos respondentes vai até dois salários mínimos.

Responderam ainda que o acesso a informações e notícias do dia-a-dia acontece principalmente por meio do noticiário televisivo e pela internet (tanto por redes sociais, quanto por acesso a portais de notícias e por buscas autônomas sobre temas de interesse).

Entendemos que os resultados apresentados podem apresentar certa defasagem uma vez que consideramos as dificuldades e as desigualdades de acesso à internet, bem como possíveis enviesamentos na população respondente. Ainda assim, consideramos o recurso como capaz de traçar um panorama de possíveis leitores da *Zuada!*.

5.3 Chegando ao público: Instagram e bibliotecas parceiras

5.3.1 O papel das bibliotecas parceiras

Além de ter sido o contato inicial com o território e a contribuição nas discussões sobre o projeto e as pautas, as bibliotecas vão ser o principal espaço de distribuição dos exemplares da *Zuada!*.

Assim, como principal ponto de contato com o público, cada biblioteca deverá receber dez exemplares da edição zero, visto que estas têm grande relevância como termômetro das impressões dos leitores sobre a revista. Por meio dessas impressões, é possível pensar desdobramentos para as futuras edições.

*5.3.2 A *Zuada!* no Instagram*

O perfil da *Zuada!* no Instagram fornece a possibilidade de uma vitrine da revista, elaborando publicações para interação com as bibliotecas, comunicadores e possíveis leitores, ao mesmo tempo em que conta com a divulgação dos bastidores e prévias dos conteúdos. Com isso, pretendemos promover uma mobilização em torno da ***Zuada!*** ainda durante o processo de editoração.

Inicialmente, foram elaboradas 12 publicações para o feed, as quais fazem um percurso desde os princípios editoriais até prévias da identidade visual, dos colaboradores e das seções da ***Zuada!***, passando pela apresentação da equipe da revista e da equipe consultiva. Detalhes do conteúdo podem ser acessados no Apêndice B deste trabalho.

Já os stories ficaram como espaço de replicação de conteúdos do feed, divulgação de iniciativas das bibliotecas parceiras, publicação de pequenos vídeos e fotos dos bastidores e replicação de interações com a revista.

6 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Entendemos que a revista **Zuada!** avança na medida em que prioriza um jornalismo com o cuidado de ser de fácil entendimento, sem perder o aprofundamento em questões emergentes e em que tem potencial de capilarização nas comunidades de Fortaleza. Os diversos pontos de entrada na leitura, criados pelas imagens, infográficos e destaques, trazem uma diversidade de caminhos que cada leitor pode criar ao folhear a revista. Em cada um desses percursos há informações confiáveis e transparentes.

A presença de conteúdos criados e compartilhados por pessoas de cada comunidade e a prioridade dada à participação comunitária são outro ponto de destaque. Compreendemos que, sendo jornalistas em formação em uma universidade federal, já inseridas no mercado de trabalho e vindas de classes sociais médias, estamos em posição privilegiada de 1) estarmos atentas aos grandes debates do momento; 2) contextualizar e fazer paralelos entre acontecimentos e 3) ter as ferramentas necessárias para conseguir respostas e análises qualificadas e, assim, facilitar o desenvolvimento de pontos de vista críticos e bem informados. Esses fatores são centrais para fazer um bom trabalho jornalístico, mas, no caso da **Zuada!**, trazemos mais um fator: a presença criadora de quem lê a revista.

Como exemplo: começamos esta edição zero querendo falar sobre violência; depois, ao conversar com os parceiros e com outros moradores das comunidades, entendemos que seguir pelos mesmos caminhos e óticas que os grandes veículos seguem seria um discurso cruel e despreocupado com o público; só então pudemos de fato definir o tema geral e suas ramificações, bem como a quem iríamos entrevistar e quem convidaríamos para colaborações – diretas e indiretas na revista. A partir daí, a violência foi discutida, mas dentro da segurança pública e de um ponto de vista mais crítico e mais próximo dos leitores.

No entanto, diante das medidas necessárias para proteção contra a Covid-19, a aproximação com as bibliotecas parceiras e suas respectivas comunidades não foi completamente satisfatória. Os contatos, em sua maioria, se deram mediados por redes sociais online na troca de mensagens e em videochamadas. Assim, as trocas aconteceram, mas esbarraram na fraca ou ausente conexão com a internet, na indisponibilidade diante de outros compromissos ou mesmo em situações de adoecimento e no desencontro de compreensões que se estabelecem de forma mais próxima quando presenciais,.

Nesse sentido, se faz necessário organizar momentos de interação e discussão coletivas presencialmente, conforme a situação pandêmica permitir, bem como de acordo com a disponibilidade das equipes e das bibliotecas. Percebemos essa necessidade durante todo o

processo de elaboração e produção da revista e constatamos de forma mais incisiva no último mês de apuração, quando conseguimos visitar três bibliotecas (Okupação, na sede da Associação Unidos Venceremos, onde acontece o projeto Periferia Vive; Biblioteca Viva; e Bate Palmas, no Conjunto Ceará). Além da presença mais constante da equipe da **Zuada!** em cada parceiro, a realização de encontros presenciais com representantes de cada uma das bibliotecas pode trazer aprimoramentos necessários ao andamento da revista.

Como passo adicional, pretendemos realizar durante o primeiro semestre de 2022 ações como oficinas de criação e rodas de leitura em cada uma das bibliotecas. O objetivo é entregar as revistas já promovendo discussões (seja sobre o tema da segurança pública, seja sobre o fazer jornalístico comunitário e a importância – ou ainda sobre outros temas correlatos que as comunidades venham a sugerir).

Outro ponto importante é conhecer e criar uma rede de contatos com outras publicações comunitárias, tanto do Ceará quanto de outras localidades. Isso porque reconhecemos a necessidade de compartilhar nossas experiências e de aprender com as experiências de projetos com objetivos semelhantes aos da **Zuada!**. Algumas de nossas práticas podem ajudar outros comunicadores e, principalmente, aprenderemos com realidades distintas, linguagens e metodologias utilizadas e desafios enfrentados por essas iniciativas.

Também identificamos a demanda por estabelecer caminhos para a sustentabilidade financeira e logística da **Zuada!**. Por isso, iniciamos um esboço de plano financeiro que está disponível no Apêndice C deste trabalho.

No mais, ao imprimir os exemplares a serem entregues para a banca, notamos a importância de garantir que as revistas a serem entregues às comunidades sejam impressos nos papéis originalmente pensados para esse fim (como descrito na seção 5.2 Projeto gráfico-editorial), bem como a importância de alguns ajustes nas dimensões de margens e na disposição de elementos para que o conteúdo não seja comprometido no momento da impressão e corte.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ATLAS DA NOTÍCIA **Os desertos de notícia no Brasil**. 2020. Disponível em <<https://www.atlas.jor.br/desertos-de-noticia/>>. Acesso em 24 jan. 2022.

BORELLI, Viviane. Jornalismo como atividade produtora de sentidos. **BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Portugal, 2005.

CADA VIDA IMPORTA. **Nota técnica 02/2021**: Apesar de redução, mais de um adolescente assassinado por dia no Ceará no ano do 31º aniversário do Estatuto da Criança e do Adolescente. 13 jun. 2021. Disponível em <<https://cadavidaimporta.com.br/news/nos-31-anos-do-eca-comite-lanca-nota-tecnica-sobre-o-1o-semester-de-2021/>>. Acesso em 22 jan. 2022.

CGI.BR - Comitê Gestor da Internet no Brasil. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: TIC Domicílios 2020. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2021. Disponível em <<https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2020>>. Acesso em 24 jan. 2022.

DE MELO, José Marques. **Teoria do Jornalismo**: Identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

DEWES, João Oswaldo. **Amostragem em bola de neve e respondent-driven sampling**: uma descrição dos métodos. (Monografia) Curso de Graduação em Estatística: Bacharelado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

É NOIS. **Manual de Diversidade no Jornalismo**: Um guia aberto e não definitivo para uma prática mais consciente. Disponível em <<https://enoisconteudo.com.br/manual-de-diversidade-no-jornalismo>>. Acesso em 24 jan. 2022.

FERREIRA FILHO, Cristovam Colombo Cirqueira. **Desafios e perspectivas da governança em segurança pública**: Uma avaliação do pacto por um Ceará pacífico no território do Vicente Pinzón. Dissertação (Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **15º Anuário Brasileiro de Segurança Pública**. 2021. Disponível em <<https://forumseguranca.org.br/anuario-brasileiro-seguranca-publica/>>. Acesso em 22 jan. 2022.

FREITAS, Geovani Jacó de; PAIVA, Luiz Fábio S. Ecos da violência nas margens de uma sociedade democrática: o caso da periferia de Fortaleza. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 1, p. 115-128, 2016.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê!, 1987.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: Como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LINS, Ana Letícia Costa. **Entre pactos, projetos e programas: As dinâmicas de governo no campo da segurança pública no Ceará**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Programa de Pós-graduação em Sociologia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

MEDINA, Cremilda. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

NEWMAN, Nic et al. **Reuters Institute Digital News Report 2021**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021. Disponível em <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>>. Acesso em 24 jan. 2022.

PERUZZO, Cecília. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor". **ECO-Pós**, v.12, n.2, maio-agosto 2009

PORTELA, Laércio. Em 2022, jornalismo posicionado oferecerá novos paradigmas de colaboração, escuta e distribuição. In ABRAJI; FAROL JORNALISMO. **O jornalismo no Brasil em 2022**. Disponível em <<https://medium.com/o-jornalismo-no-brasil-em-2022>>. Acesso em 24 jan. 2022.

RAMOS, Silvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e violência: Novas tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2007.

THINK OLGA. **Minimanual do Jornalismo Humanizado**. 2016. Disponível em <<https://thinkolga.com/ferramentas/>> Acesso em 24 jan. 2022.

APÊNDICE A - MINI MANUAL DE REDAÇÃO ZUADA!

A seguir, a **Zuada!** apresenta alguns princípios editoriais e de formatação de texto que devem ser aplicados em suas publicações.

- PAUTA

A revista **Zuada!** é temática a cada edição. A escolha dos temas tratados atende aos critérios de interesse público do assunto, originalidade da abordagem, oportunidade para oferecer explicação e contexto que qualifiquem o debate público, pluralidade de temas e abordagens, iniciativas ou projetos que possam trazer novas habilidades e/ou conhecimentos ao leitor. A escolha do formato também é decisiva: há histórias que só funcionam se contadas em gráficos, outras em histórias em quadrinhos, entrevistas, textos mais longos etc.

- FONTES DE INFORMAÇÃO

A **Zuada!** recorre a muitas fontes públicas e fontes especializadas. Além delas, são centrais as vivências das comunidades. É preciso ouvir (pessoalmente, por telefone, mensagens de áudio ou texto) profissionais qualificados(as) para tratar do tema em questão, mas também quem vive e discute essas questões nas ruas. Quando há um documento público disponível, como pesquisas, estudos e documentos oficiais ou extraoficiais, recorreremos à fonte original.

- DIVERSIDADE

A diversidade (especialmente de gênero e raça) da equipe e dos entrevistados está entre os princípios a serem observados. Procure diversificar as fontes consultadas, contemplando mulheres e negros em todas as suas pautas. Há bancos de dados que podem auxiliar nesse fim e a **Zuada!** trabalha para construir um banco de dados próprio. A diversidade é também fundamental na escolha de colunistas e outros colaboradores voluntários, bem como na escolha de imagens utilizadas em nossas páginas.

- ANONIMATO DA FONTE

Quando, por pedido do(a) entrevistado(a) ou por decisão editorial, decide-se usar um nome fictício ou não usar qualquer identificação. Os critérios para esse recurso abrangem principalmente a integridade da fonte, a integridade do(a) repórter e a integridade de alguma criança ou adolescente que esteja relacionada (ainda que indiretamente) a um caso de violência.

- OUTRO LADO

Qualquer pessoa, empresa ou órgão público citado de forma crítica ou demeritória em um conteúdo da revista **Zuada!** precisa necessariamente ser ouvido(a). Caso não seja possível, é preciso mostrar os esforços realizados e os caminhos percorridos pela apuração na tentativa de ouvir o outro lado.

- DIÁLOGO COM A SOCIEDADE

Nossas pautas são, em sua maioria, de relevância social; provavelmente existem grupos da sociedade civil que já atuam na questão e devem ser consultados.

Respeite os termos e formas de falar das pessoas entrevistadas. Utilizar os conceitos escolhidos pelo grupo e acompanhar discussões sobre uso de expressões erradas ou preconceituosas, por exemplo, faz o jornalismo se comunicar com o público sobre o qual fala, sem estereótipos.

Além disso, saber o que pessoas e grupos diferentes entre si pensam sobre os temas (desde a autoridade pública sobre o tema até a pessoa diretamente afetada pela questão, passando pelos diversos setores que estejam envolvidos direta ou indiretamente) contribui para ampliar temas e abordagens

- AUTORIA

A **Zuada!** credita a autoria de tudo o que é publicado, em especial quando produzidos por pessoas fora da equipe editorial – que geralmente é creditada já no expediente. Todos os conteúdos trazem o nome de suas autoras e autores — sejam criadores de texto, imagens, infográficos, layout e desenvolvimento. Participações com menor envolvimento são creditadas como “colaboração” no fim do conteúdo.

- FOTOS E ILUSTRAÇÕES

São sempre creditadas e usadas em conformidade com seus direitos autorais. As legendas das fotos não necessariamente descrevem a imagem, mas precisam trazer informações básicas a respeito dela, como local onde foi feita e quem retrata. A **Zuada!** não publica imagens de crianças e adolescentes sem autorização ou qualquer imagem de crianças ou adolescentes infratores ou vítimas de violências. Fotos de pessoas em situações vexatórias são evitadas ao máximo, bem como imagens explícitas de violência.

- PADRONIZAÇÃO E CLAREZA DO TEXTO

A fim de tornar uniforme a edição da revista e assim promover uma melhor compreensão dos textos, a **Zuada!** estabelece alguns padrões e instruções gerais a serem seguidos:

- Em qualquer ocasião, prefira a palavra mais simples. Só recorra aos termos técnicos absolutamente indispensáveis e nesse caso coloque o seu significado entre parênteses.
- Preze por textos precisos e contextualizados. Dê exemplos, se for o caso.
- **Zuada!** deverá sempre ser escrito com o sinal de exclamação (!)
- Palavras estrangeiras: em geral vão no itálico. As palavras aportuguesadas vão sem itálico.
- Data e hora: escrever o número sem o zero à esquerda do número (1/1/2008) e a hora em numeral e por extenso (às 12 horas) ou abreviar de acordo com o padrão a seguir: às 12h30min.
- Rua e avenida: Caixa baixa (rua Carlos Vasconcelos, rua José Vilar, avenida Duque de Caxias), exceto quando a palavra se incorporar ao nome (por exemplo, Praça do Ferreira, Praia do Futuro).
- Sigla: Caixa baixa sempre que formar sílaba (Uece, Sudene, Inpe). Caixa alta quando tiver até três letras (BID, CEO) ou quando tiver mais letras e pronunciar todas elas (BNDES, IPPS, IPPOO).
- Nomes de obras: devem estar em itálico e sem aspas.
- Ao utilizar citações diretas, devem estar entre aspas.
- No caso de o período ser formado apenas por citação, o ponto final deve estar dentro das aspas.
- Caixa alta e caixa baixa
 - Cargo e função – escreve-se em caixa baixa
 - Celebrações e festas – escreve-se em caixa alta
 - Estado – quando substitui pelo nome do Ceará ou quando se refere ao ente estatal, usar caixa alta
 - Capital – quando substitui pelo nome de Fortaleza, usar caixa alta

APÊNDICE B - INFORMAÇÕES SOBRE O PERFIL NO INSTAGRAM

Instagram @nossazuada - Uma vitrine virtual e interativa da Revista Zuada!

Link do perfil: <https://www.instagram.com/nossazuada/>

Bio do perfil: Revista Zuada!

Um jornalismo que ouve

Produção: @cindymdamasceno e @tosi.marcela, como TCC do @jornalismoufc | Orientação:

Rafael Rodrigues e Ricardo Jorge Lucena

Feed

Post 1 - O projeto - Publicado no dia 28 de novembro de 2021

Texto da arte:

Imagem 1) Que Zuada é essa? Ou entenda como chegamos até aqui e o que vem depois.

Imagem 2) Um jornalismo que ouve. A Revista Zuada! é o que é: um grito para o jornalismo. Ela é reação às ausências de um jornalismo convencional. Em nossas páginas, o que chega é fruto de um trabalho comunitário, horizontal, cooperativo e inclusivo. Ela é o trabalho de conclusão de curso da estudantes Cindy Damasceno e Marcela Tosi, alunas do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará.

Imagem 3) E o que isso quer dizer? Queremos chegar a mais gente e, para isso, é preciso descomplicar o jornalismo. Por aqui, o cuidado começa antes da pauta. Nosso objetivo é levar informação. Ponto. Linguagem acessível. Distribuição gratuita. Coletividade.

Texto alternativo: O mesmo texto da arte precedido pela descrição “Imagem de fundo cor gelo com o seguinte texto escrito em rosa”

Legenda: A Revista Zuada! é o que é: um grito para o jornalismo – e, por isso, ela nasce com a proposta de ouvir. Ela será distribuída gratuitamente em cinco bairros de Fortaleza, a partir de bibliotecas comunitárias parceiras que nos acompanharam durante o processo de criação e produção. Em nossas páginas, está o fruto de um trabalho cooperativo, horizontal e inclusivo.

Post 2 - O caminho - Publicado no dia 29 de novembro de 2021

Texto da arte:

Imagem 1) Como fazemos essa Zuada!

1) Refletir - elaboração da linha editorial. O jornalismo em coletividade começa a ser discutido aqui

2) Falar - apresentação de pautas e material para comunicadores comunitários

3) Ouvir - alinhamento da temática com o Conselho Editorial Zuada

Imagem 2) 4) Produção - Estamos aqui! Para onde vai essa zuada toda?

A Revista Zuada! começa como um projeto de TCC, mas o objetivo é que ela chegue, fisicamente, ao público após a defesa. Confiamos em um jornalismo que faz pontes - e esse tipo de laço não pode parar na banca de apresentação.

Texto alternativo:

Imagem 1) Texto da arte precedido por: Imagem de fundo rosa, letras em branco e números e setas em amarelo: O texto explica a produção da revista Zuada!, sendo que as setas indicam o caminho de um ponto para o outro. Os pontos estão numerados e seguem a ordem crescente

Imagem 2) Texto da arte precedido por: Imagem de fundo rosa, letras em branco e números e setas em amarelo. O texto explica a produção da revista Zuada!, continuando o da imagem anterior

Legenda: A melhor maneira de explicar o que fazemos é pela caminhada até aqui. Entendemos que não basta levar um conteúdo – é preciso saber com quem dialogamos. Por isso, ouvimos lideranças e comunicadores de cinco bairros em vulnerabilidade de Fortaleza. O material final é consequência dessa troca e nossa linha editorial é uma resposta a essa parceria. Defendemos um jornalismo que escuta primeiro e escreve depois.

Post 3 - A equipe: as bibliotecas - Publicado no dia 1º de dezembro de 2021

Texto da arte: De mão em mão: como chegamos lá

Texto alternativo: Foto de uma reunião entre a equipe de reportagem da Revista Zuada! e integrantes do projeto Periferia Vive. Seis pessoas estão sentadas em cadeiras dispostas em forma de círculo. Devido à pandemia de Covid-19, todos usam máscaras. Ao fundo, uma janela está aberta e ilumina o espaço. Na frente da foto está o texto: "De mão em mão: como chegamos lá".

Legenda: Afinal, onde entram as Bibliotecas Comunitárias na revista Zuada!?! O objetivo é que as Bibliotecas parceiras sejam ponto de retirada da revista e também de discussão sobre ela! Por isso, o contato com cada uma é tão importante: o material desenvolvido aqui é consequência de trocas de ideias – algo que está presente, inclusive, no nosso funcionamento. Cada Biblioteca Amiga compõe o Conselho Editorial Consultivo da Zuada!. As pautas são elaboradas a partir da realidade de cada comunidade e discutidas em coletivo. A Biblioteca Okupação, que fica no Antônio Bezerra, é uma das nossas parceiras e nos enviou este registro de uma das nossas visitas. Também estão com a gente a @adiantocultura (Goiabeiras), @bibliotecadafilo (Santa

Filomena), @bibliotecavivaoficial (Barroso) e a @bibliotecabatepalmas (Conjunto Palmeiras). Antes de sair daqui, dá uma olhada nos perfis de cada projeto e confere a diferença que estes equipamentos fazem em cada espaço.

Post 4 - O tema - Publicado no dia 3 de dezembro de 2021

Texto da arte: Nesta edição, vamos falar sobre políticas públicas de segurança. Mas por quê?

Texto alternativo: O mesmo texto da arte precedido por “Imagem de fundo de cor amarela com o seguinte texto em cor rosa:”.

Legenda: A realidade se impõe: a segurança ou a falta dela é sentida por cada um de nós. Todos os dias. Nas ruas e nos noticiários. Das mais diferentes formas. Mas falar de segurança é só falar da violência? Não. Há outras camadas sobre as quais precisamos discutir. Existe a responsabilidade administrativa e das políticas de Governo - e vamos entender qual é. Lembramos ainda das redes de apoio e enfrentamento à violência contra mulheres. Temos ações comunitárias para promover educação, lazer e cultura. E não esquecemos de contar as histórias de como surgem e se mantêm os laços de comunidade e pertencimento. Falar de segurança é entender o que está acontecendo e fortalecer as histórias potentes que estão sendo escritas.

Post 5 - A equipe: Cindy Damasceno - Publicado no dia 6 de dezembro de 2021

Texto da arte: Cindy Damasceno, reportagem e projeto gráfico-editorial

Texto alternativo: Na imagem, a repórter Cindy Damasceno. Cindy é branca, de cabelos escuros e curtos. Usa óculos e veste uma camiseta preta. Atrás dela, uma parede colorida com grafites.

Legenda: Tem muita gente bacana por trás dessa zuada toda. A @cindydamasceno faz parte da equipe de reportagem da Revista Zuada!. Cindy está no último período do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC) e já passou pelas redações do Diário do Nordeste, G1-Ceará, Estado de S. Paulo e Opinião Ceará. Ah! Além da reportagem, ela é responsável pela parte gráfica da Zuada!, tanto na revista quanto no Instagram.

Post 6 - A equipe: Marcela Tosi - Publicado no dia 6 de dezembro de 2021

Texto da arte: Marcela Tosi, reportagem e revisão

Texto alternativo: Na imagem, a repórter Marcela Tosi. Marcela é branca, de cabelos curtos, claros e cacheados. Usa óculos e veste uma camiseta verde. Atrás dela, uma parede colorida com grafites.

Legenda: Agora a equipe de jornalismo está completa! A @tosi.marcela também faz parte da equipe de reportagem da Revista Zuada!. Repórter do dia a dia, está no último semestre do curso de Jornalismo da UFC e na redação do O POVO. Paulista do interior, se encontrou entre as ruas do Benfica e do Henrique Jorge. O jornalismo é seu compromisso com o mundo que deseja para hoje. Além da reportagem, ela é responsável pela revisão de todos os conteúdos da Zuada!.

Post 7 - Articulista: movimento #bibliotecanazaria - Publicado em 8 de dezembro de 2021

Texto da arte:

Imagem 1) Raphael Montag, Conselheiro da Revista Zuada!

Imagem 2) Distantes de um modelo tradicional de biblioteca, espaço privilegiado para uma classe social que pode usá-la como uma forma de distinção, as bibliotecas comunitárias podem ser espaços onde se distribuem e se produzem recursos culturais por meio do envolvimento de seus atores.

Raphael Montag, Conselheiro da Revista Zuada! e representante do movimento #Bibliotecanazaria

Texto alternativo:

Imagem 1) Texto da arte precedido por: “Imagem com fundo de cor turquesa escuro sobre o qual está um retrato em preto e branco do articulista. Raphael é um homem negro, de cabelos escuros, cacheados e curtos. Usa uma boina escura e uma máscara branca N95 de proteção contra a Covid-19. Sobre a foto há o texto:”.

Imagem 2) Texto da arte precedido por: “Imagem de fundo turquesa escuro com o seguinte texto em cor branca:”.

Legenda: A Revista Zuada! não é feita só pela equipe de reportagem. Nosso Conselho Editorial conta com representantes de cinco bibliotecas comunitárias – que estiveram envolvidas desde o começo do projeto! Conosco está o Raphael Montag. Além de um dos nossos Conselheiros, o Raphael escreveu sobre o movimento de bibliotecas em Fortaleza. Arrasta para ler um trechinho do que vem por aí. E fica ligado que logo divulgaremos quem são nossos outros conselheiros e conselheiras

Post 8 - A capa - Publicado no dia 10 de dezembro de 2021

Texto da arte: Não tem

Texto alternativo: A imagem apresenta a capa da revista Zuada! e algumas prévias de páginas internas. A capa tem fundo de cor amarelo queimado e padrões em onda sonora. No centro, há

a reprodução de uma arte em colagem que retrata um homem e uma mulher em pé de mãos dadas e de costas para o leitor. O homem segura um bebê no colo. Todos são negros. A mulher veste um vestido amarelo, o homem veste uma camiseta vermelha e short azul. Na frente do três é possível ver casas, uma estação policial e um helicóptero sobrevoando o local.

Legenda: Ainda não podemos liberar uma prévia completa da revista (últimos retoques!), mas já podemos adiantar alguns detalhes e uma olhada na nossa capa. A arte é do @bigleo e foi desenvolvida especialmente para esta edição.

Post 9 - Articulista: Coletivo Vozes - Publicado no dia 13 de dezembro de 2021

Texto da arte:

Imagem 1) Coletivo Vozes, Articulistas da Revista Zuada!

Imagem 2) Somos atravessadas pela falta de políticas inclusivas e aterrorizadas pelos excessos de políticas repressivas. É perigoso ser jovem nas periferias de Fortaleza. É sorte conseguir ser mãe preta nas periferias de Fortaleza.

Relatos do Coletivo Vozes - Mães e Familiares do Sistema Socioeducativo e Prisional do Ceará

Texto alternativo:

Imagem 1) Texto da arte precedido por: “Imagem com fundo de cor rosa claro sobre o qual está uma foto de três mulheres em frente a uma unidade prisional. Elas estão de costas para o leitor. Sobre a foto há o texto em cor rosa claro:”

Imagem 2) Texto da arte precedido por: “Imagem com fundo de cor rosa claro sobre o qual está o texto seguinte texto em cor branca:”

Legenda: A Revista Zuada! é um espaço de troca. O conteúdo jornalístico compartilha nossas páginas com textos opinativos. Nesta edição, contribuíram com a discussão atores de diversos cenários, entre eles o Coletivo Vozes, de mães e familiares dos sistemas socioeducativo e prisional (@vozesdemaesce).

Desliza para a esquerda para ler um trecho do que elas escreveram por aqui.

Post 10 - Fale sobre a revista (em gif animado) - Publicado em 15 de dezembro de 2021

Texto da arte: Não tem

Texto alternativo: Por ser um gif animado, não há possibilidade de inserir texto alternativo

Legenda: O que está achando da revista até aqui? Estamos na etapa de produção e gostaríamos de ouvir suas primeiras impressões. Conta para a gente aqui nos comentários! Quem sabe você não aparece nas nossas páginas também? :)

Post 11 - O suplemento Gasguito - Publicado no dia 17 de dezembro de 2021

Texto da arte: Não tem

Texto alternativo: Imagem de fundo em cor amarelo queimado sobre o qual é mostrada uma prévia de uma das páginas internas do suplemento infantojuvenil Gasguito. Na página, há dois bonecos ilustrados para serem recortados e montados com diferentes tipos de cabelos e roupas, que também devem ser recortados da página.

Legenda: Já teve a sensação de abrir uma Revista e não se sentir acolhido pelo conteúdo? Aqui na Zuada! queremos conversar com leitores de todas as idades. O Gasguito (escrito desse jeito mesmo, com G maiúsculo) é o nosso suplemento infantojuvenil. Esta seção foi escrita para falar com quem está chegando na discussão. A parte divertida é que ele é interativo. Separa as canetinhas e a tesoura sem ponta :D

Post 12 - Por que fazer jornalismo impresso - Publicado no dia 20 de dezembro de 2021

Texto da arte: Por que fazer jornalismo impresso

Texto alternativo: Texto da arte precedido por: “Um jovem negro veste uma camiseta cinza claro e segura com ambas as mãos um exemplar da revista Zuada!, mostrando para o leitor a capa da revista. A foto mostra o jovem da altura do nariz até a cintura. Sobre a foto há o seguinte texto em cor branca:”

Legenda: Por enquanto, a revista Zuada! está em produção. Em breve estará por aí, de mão em mão. É claro: teremos atuação digital (essa conta do Instagram, inclusive, é uma das nossas frentes!), mas não podemos cair no lugar comum de que toda informação multimídia é acessível. A Internet – na verdade, a falta de acesso a ela – pode ser uma barreira. A Zuada! nasceu para ser lida, tocada, recortada, guardada e depois encontrada. Ela precisa de gente.

APÊNDICE C - PLANO FINANCEIRO

Campanha de financiamento pontual

A fim de que uma edição da revista **Zuada!** seja impressa, distribuída às comunidades e discutida entre os leitores, o valor necessário será arrecadado por financiamento coletivo pontual. O financiamento acontecerá por meio de doações através de um pix criado especificamente para a campanha e busca arrecadar R\$ 2.115,00.

Tal valor compreende os custos referentes a elaboração de conteúdos, impressão de 60 exemplares por meio da gráfica online Printi e distribuição dos exemplares:

- Impressão de 60 exemplares: R\$ 1.150
- Distribuição: R\$ 150
- Ilustrações: R\$ 615
- Materiais para oficinas: R\$ 200,00

O financiamento coletivo pontual é a modalidade mais conhecida dentro do universo do crowdfunding e possibilita a realização de projetos que tenham data de início, meio e fim. A duração será de 15 dias. Nesse período, os apoiadores terão valores possíveis de doação e contrapartidas para cada um deles, conforme especificado abaixo:

- De R\$ 5 a R\$ 20: terá o nome citado no Instagram da revista, uma forma simbólica de agradecermos o apoio
- R\$ 30: terá o nome citado no Instagram da revista e receberá por e-mail um exemplar digital (em formato pdf) da edição
- R\$ 50: além das recompensas anteriores, terá acesso antecipado a uma das reportagens
- R\$ 150: além das recompensas anteriores, receberá a tela do artista Big Leo, feito especialmente para a edição (um disponível) [obs.: taxa de entrega não inclusa]

A cada 72 horas, será publicada no Instagram da Zuada! uma atualização do valor arrecadado. Caso a campanha não chegue à meta dentro do prazo estabelecido, o valor arrecadado será somado a recursos pessoais a fim de imprimir e distribuir as edições às bibliotecas parceiras. Todo valor arrecadado acima da meta inicial será distribuído igualmente entre as bibliotecas parceiras.

Campanha de financiamento recorrente

A continuidade do projeto e a possibilidade de edições trimestrais a partir do segundo semestre de 2022 dependerá de recursos financeiros obtidos por meio de uma campanha de financiamento recorrente. Assim, a **Zuada!** passará a contar com o investimento de apoiadores mensais.

O financiamento acontecerá por meio da plataforma Apoia-se e busca arrecadar inicialmente R\$ 1.480,00 reais mensais, permitindo e incentivando o desenvolvimento de uma comunidade ativa em torno da **Zuada!**. Tal valor compreende os custos referentes a produção de newsletter mensal, produção e impressão da revista trimestral, produção dos materiais ofertados como contrapartida, distribuição dos exemplares e realização de oficinas, abaixo discriminados:

- Produção de newsletter mensal: R\$ 100
- Produção trimestral de 60 exemplares: R\$ 500 mensais (totalizando R\$ 1.500 necessários ao fim de três meses)
- Impressão trimestral de 60 exemplares: R\$ 430 mensais (totalizando cerca R\$ 1.300 necessários ao fim de três meses)
- Distribuição dos exemplares: R\$ 50 mensais (totalizando R\$ 150 necessários ao fim de três meses)
- Produção de cartilha digital trimestral para instrumentalização da revista: R\$ 200 mensais (totalizando R\$ 600 necessários ao fim de três meses)
- Produção e realização de oficinas trimestrais: R\$ 200 mensais (totalizando R\$ 600 necessários ao fim de três meses)

Como os conteúdos da **Zuada!** são livres e abertos, não ficam restritos só para quem paga. Por isso, não teremos assinantes e sim padrinhos, membros de uma comunidade que ajuda a **Zuada!** a existir. Além de fortalecer o jornalismo, todos os apoiadores receberão contrapartidas segundo a faixa de contribuição mensal, como detalhado a seguir:

- R\$ 15: receberá, a cada três meses, um exemplar digital da revista
- R\$ 25: receberá mensalmente uma newsletter com detalhes da apuração e, a cada três meses, um exemplar digital da revista
- R\$ 50: Além das recompensas anteriores, receberá junto da edição digital da revista uma cartilha digital para instrumentalização da revista em sala de aula ou em oficinas

Em médio prazo, espera-se que a meta inicial mensais seja alcançada e mantida. Após ela termos ainda outra duas metas:

- Chegar a R\$ 2.800 mensais: com esse valor será possível expandir a rede de bibliotecas comunitárias parceiras da Zuada!, incluindo três novas bibliotecas
- Chegar a R\$ 4.500 mensais: com esse valor será possível expandir a equipe de produção da Zuada!, dobrando a equipe

Diversificação de fontes a longo prazo

Para a sustentabilidade da revista, a manutenção de remuneração digna para parceiros e a infraestrutura necessária para a realização do trabalho a longo prazo, a Zuada! pretende diversificar suas fontes de investimento. A longo prazo, estão em nosso horizonte a inscrição em editais de apoio cultural e em prêmios jornalísticos e a construção de parcerias com organizações não-governamentais, bem como parcerias com equipamentos públicos culturais e de atendimento à juventude de Fortaleza.