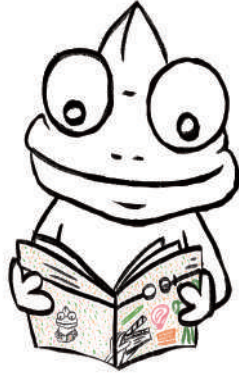


v.14, 2025

ISSN: 2316-5588



EXPERIMENTAÇÃO
NO
CAMPO EDITORIAL





O Qi

REVISTA EXPERIMENTAL DO CURSO
DE PRODUÇÃO EDITORIAL DA UFSM



EXPERIMENTAÇÃO NO CAMPO EDITORIAL



UFSM
2025



EXPEDIENTE



Editora-chefe Prof^a Cláudia Regina Zillioto Bomfá.

Gestão Editorial Carlos Eduardo Schraiber,
Henrique Bourscheid.

Capa e ilustrações Maria Minussi.

Planejamento Gráfico Clarissa Pereira, Isabella Matos,
Maria Minussi, Vitória Figueira
Aires, Vitória Skalla Gracce.

Revisão e Captação Elisangela Bedin, Geilyan Martins,
Micaela Furlan Palma, Nicole Mezadri.

Acessibilidade Julia Capeleti, Marcella Benevides.

Planejamento de Mídia Brenda Amorim, Julia Felipeto,
Pedro Henrique Porto.



Conselho Editorial Ana Elisa Ribeiro, Andre Zanki Cordenonsi, Camila Cabete, Fabio Brust, Gabriela Irigoyen, Jean Silveira Rossi, Leandro Stevens, Lielson Zeni, Márcio Souza Gonçalves, Maria José Rosolino, Marília de Araujo Barcellos.

Avaliadores Ana Julia Rodrigues, Anna Claudya da Silva, Antônia Tâmara Haag, Eduardo Prates Macedo, Eduardo Ruedell, Fabio Rücker Brust, Gabriela Vianna, Jean Silveira Rossi, Larissa Taís Ferreira, Leandro Stevens, Lucas Braga dos Anjos, Mar Rodrigues Fonseca, Mariângela Barichello Baratto, Maurício de Souza Fanfa, Nadriel Diovane Essy Massaia, Taiane Wendland de Souza, Yohana Iensen Teixeira.

Apoio Departamento de Ciências da Comunicação – UFSM
Curso de Comunicação Social – Produção Editorial

O QI : Revista Experimental do Curso de Produção Editorial / Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Ciências da Comunicação, Curso de Comunicação Social, Produção Editorial. – Vol. 1, N. 1 (2012) - . Santa Maria, 2012 - .

Anual

ISSN 2316-5588

V. 14 (2025)

Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/experimental/revista-qi>

Revista Acadêmica. 2. Comunicação Social – Produção Editorial. 3. Editoração. 4. Universidade Federal de Santa Maria.

Elaborado por: Luciano Rapetti - Bibliotecário-documentalista | CRB 10/2031
Biblioteca Central da UFSM



EDITORIAL

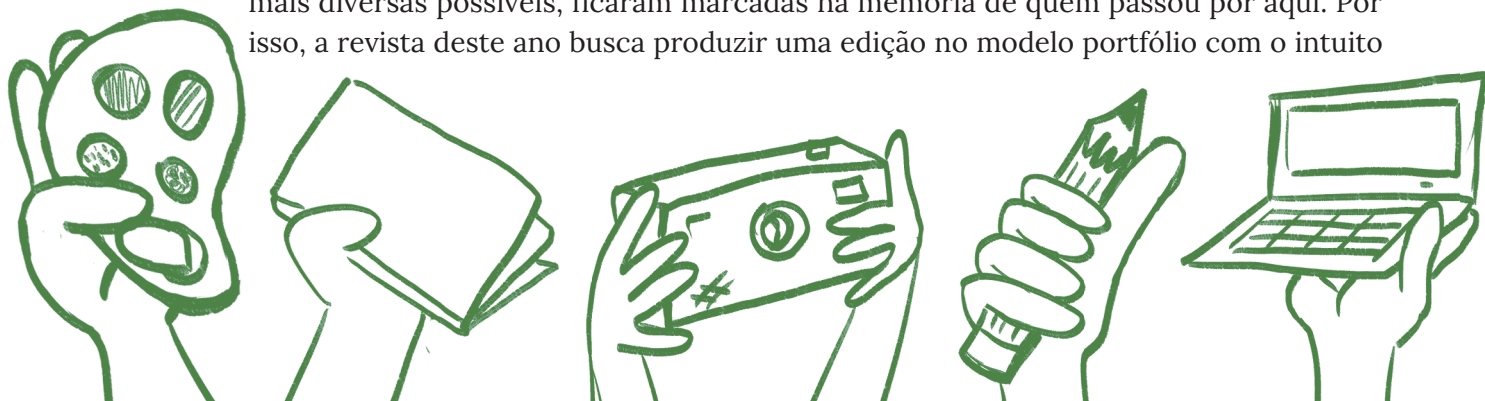
Boas-vindas ao décimo quarto volume da O QI: Revista Experimental do Curso de Produção Editorial!

Somos uma revista desde 2012, como um produto editorial desenvolvido pela disciplina de Projeto Experimental em Revistas Científicas, do curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Ministrada pela Professora Doutora Cláudia Bomfá, do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, apresenta periodicidade anual.

Com o desejo de formar editores com competências para a gestão de periódicos científicos, capacitando os acadêmicos nas práticas que envolvem todas as etapas do fluxo editorial, desde a produção até a fase de publicação e distribuição, enquanto se divulga e incentiva a pesquisa, extensão e ciência na área da comunicação e editoração.

O Dossiê Temático da edição atual, intitulado “Experimentação no Campo Editorial”, busca celebrar os 15 anos de trajetória do curso de Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria. Representados pelo camaleão, mascote do curso, os profissionais de P.E. são capacitados para atuar nas mais diversas áreas da Comunicação Social, desde a concepção de um livro ou revista até a criação de audiovisuais, passando pelas mídias sociais, design, pesquisa, fotografia e muito mais.

Com isso em mente, além dos 15 anos de curso, celebramos a conquista do conceito nota 5 pelo MEC. Entendemos que ao longo desse período, muitas experiências, das mais diversas possíveis, ficaram marcadas na memória de quem passou por aqui. Por isso, a revista deste ano busca produzir uma edição no modelo portfólio com o intuito



de apresentar projetos desenvolvidos por discentes da comunicação e egressos, que queiram compartilhar suas experimentações. Um portfólio que celebra a criatividade e diversidade dos camaleões do nosso curso.

Prepare-se para conhecer um pouco mais sobre as pessoas, ideias e realizações que compõem a nossa história. É no meio desse cenário camaleônico que destacamos uma certeza: experimentar é o que nos move. E talvez seja isso que signifique “boa leitura”, um rascunho aberto à ousadia de quem tem algo a dizer, continuem inquietos e, finalmente,

Boa leitura!

▣ O QUE É A O QI?

São 15 anos do curso de Produção Editorial e 14 edições da O QI. Muita coisa já passou por essas páginas, com conteúdos dos mais diversos que abordaram temas específicos e especiais. Mas, após tudo o que passamos juntos, você já se perguntou: o que significa o nome O QI?

O conceito do nome da revista está ligado ao novo. Com o início do curso de Produção Editorial no ano de 2010, vários questionamentos surgiram sobre aquela nova área a ser explorada: “O que faz um produtor editorial? O que há de novo? O que queremos expressar?”, perguntas que precisavam ser respondidas. Portanto, o nome “O QI” remete a algo que desafia cada turma que participa do projeto a trazer o seu diferencial, sua contribuição e o que tem de novo na área de Produção Editorial, para compor uma nova edição.

A revista representa o caráter camaleônico do curso, que se adapta por meio da pergunta “O QUÊ?”. Refletindo ideias de intelecto, inteligência, sabedoria, e percepção, a O QI tem a proposta de apresentar conteúdos científicos de forma leve, lúdica e acessível ao público jovem.

A “O QI” é inquietação, transformação, experimentação e, principalmente, renovação. Nós acadêmicos(as) de PE, somos todos O QI!



■ COLORADD

Em um mundo onde o Daltonismo é uma limitação não visível que afeta mais de 350 milhões de pessoas, a ColorADD vem como uma solução em todo o mundo, sendo uma linguagem simples que identifica tonalidades. Composta a partir dos 3 ícones que representam as 3 cores primárias, além do preto e do branco, seguindo o conceito de adição de cores, obtemos facilmente variações pela conjugação dos símbolos que permitem a identificação das cores. Com implementação do Código ColorADD, para a pessoa daltônica a informação essencial está onde deve estar. Não sendo desagradável, intrusiva, incômoda ou perturbadora, permite a interação e o convívio com todo e qualquer suporte de comunicação, seja uma marca, um produto, uma peça de vestuário, um edifício, um documento, um jogo, um diagrama de transportes, um mapa ou um guia. Devido a facilidade do seu uso, seus princípios e sua mensagem principal, o produto e a marca conquistaram seu espaço. Assim, todos têm a mesma oportunidade perante a necessidade de escolha ou decisão em função de uma cor.

A ColorADD está presente em mais de 90 países, apresentando-se, atualmente, como a solução universal na identificação de cores e contando com mais de 30 prêmios e distinções internacionais. Com destaque para: Medalha de Ouro comemorativa do 50º aniversário da Declaração Universal dos Direitos do Homem; o ALFABETO DE SÍMBOLOS Vodafone Foundation; Boehringer Ingelheim; Ashoka; Zero Project da ONU; Banco Europeu de Investimento; Royal College of Arts; Festival de Cannes com o Lions Health, entre outros. A ColorADD é válida em seu caráter único e diferenciado.

A implementação do código ColorADD passa por um processo de licenciamento que é acompanhado por suporte técnico especializado e todas as ferramentas necessárias. Desde a identificação de necessidades e pertinência, passando pelo design até à concepção de cada projeto. Tornando-se um produto inclusivo pela cor de forma simples!

Os valores em crescimento de Inclusão, Equidade, Diversidade e Igualdade estão mudando a vida e a forma de comunicação de marcas e produtos. A ColorADD acompanha o paradigma da mudança para o impacto social positivo. Porque a Cor é para Todos!

■ ALFABETO DE SÍMBOLOS

- | | |
|------------|----------|
| • Vermelho | • Roxo |
| • Azul | • Marrom |
| ✓ Amarelo | □ Branco |
| ■ Verde | ■ Preto |

■ COLORADD

 @coloradd_oficial

 coloradd@gmail.com

■ COLORADD NO v. 14

- | | |
|----------------|------------------|
| ■ Verde escuro | □ Rosa claro |
| ✓ Verde claro | ■ Laranja claro |
| □ Rosa escuro | ✓ Laranja escuro |

■ QR CODE COM A APLICAÇÃO DO COLORADD NO v. 14



▸ LIVROS

▸ Entrevista
Gaudêncio Gaudério ▸ 14

▸ Relato de Produção
Sussurros de Uma Ninfa: ▸ 22

História Nunca Contadas
 Sobre a Mitologia Grega

▸ Relato de Produção
Livro ‘Sound and Vision’ ▸ 28

▸ Relato de Produção
**A Produção das Edições
 Especiais de Felipe
 D’Olivera pela Editora
 da UFSM** ▸ 34

▸ Relato de Produção
**Educação Emocional e
 Literatura Terapêutica** ▸ 40

▸ Relato de Produção
Folclorizando: ▸ 46

Os Contos do Camaleão

▸ Artigo
Vivência Sáficas: ▸ 50

Uma Breve Análise da Repre-
 sentatividade em Três Expentes
 da Literatura Independente
 Cotemporânea de Autoria
 Feminina Brasileira

▸ Relato Profissional
Da Lagarta a Borboleta: ▸ 58

Case Editora Crisálida



▣ AUDIOVISUAL

▣ Entrevista
Márcio Echeverria ▣ 66

▣ Relato de Produção
“Maça”: ▣ 72

Projeto Experimental de um
 Média-Metragem

▣ Artigo
Ensaio Reflexivo ▣ 80

Editorial-Fotográfico:

Mês da Mulher – Gaiger: Para
 Todas as Mulheres, Para Todas
 as História

▣ Artigo
Montar a Memória, ▣ 86

Fabular o Passado:

O Gesto Fílmico em Centenário
 de Minha Bisa

▣ PROJETO GRÁFICO

▣ Entrevista

Thiago Krening

▣ 98

▣ Relato de Produção

**Edição Piloto da
Revista Sustomania:**

Terror para Jovens Adultos

▣ 104

▣ Relato de Produção

Revista Espectra:

Cultura Pop em Camadas
Gráficas e Editoriais

▣ 110

▣ Relato de Produção

**Produção da Revista
Lente Alternativa**

▣ 114

▣ Relato Profissional

**A Felicidade é um Título
Escrito à Mão**

▣ 120



◀ EXPERIMENTAÇÃO EM EDUCAÇÃO

◀ Entrevista

Lóren Kellen C. Jorge

◀ 128

◀ Relato de Produção

**Produção do Projeto
Experimental “Tarô
Literário: Entre Cartas
e Clássicos”**

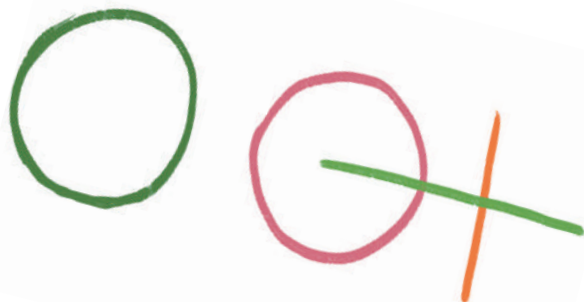
◀ 134

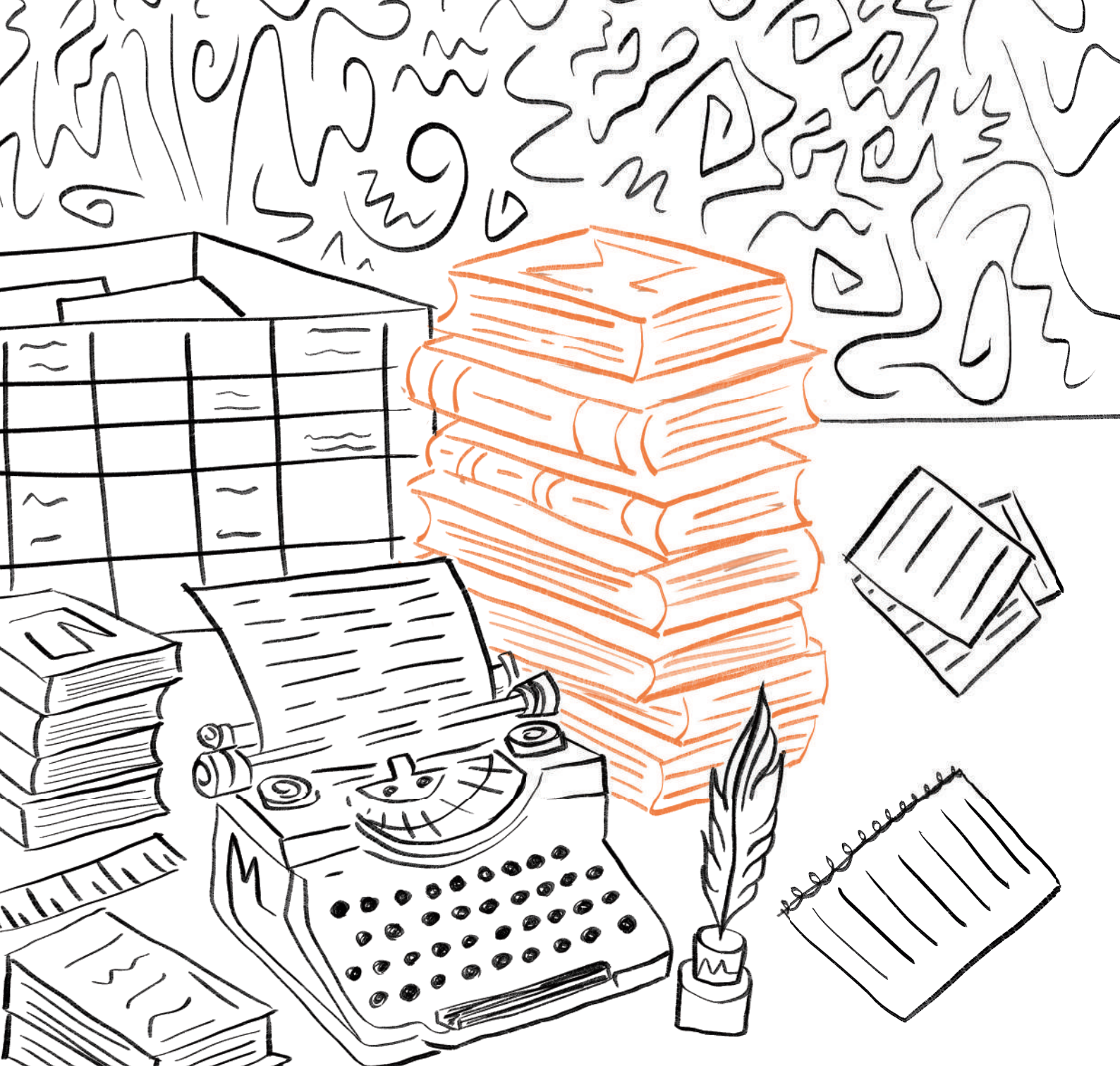
◀ Relato de Produção

**Os Jeitos que o Menino
Vê:**

◀ 140

Um Jogo de Cartas Adaptado
Para o Ensino de Braille









➤ BATE PAPO COM GAUDÊNCIO GAUDÉRIO



Gaudêncio Gaudério, editor e ativista cartonero. Fundou a Maria Papelão, que virou Vento Norte Cartonero. Organizou exposições internacionais e participa da Cartonera Multinational, fórum virtual que conecta produtores cartoneros nas Américas

➤ O QI:

Nossa equipe editorial realizou pesquisas para fazer um levantamento de nomes que, de alguma forma, atuam e contribuem para o desenvolvimento dos campos de interesse da Produção Editorial (campo das editoras independentes) de um modo geral, com isso, seu nome foi um dos citados, resultado das buscas e escolhido como uma referência. Como você chegou na área de atuação em que se encontra

hoje? Por que a escolheu? Quais os principais desafios em ser um profissional da sua área?

Gaudêncio:

Minha inserção no universo cartonero resultou de um presente que recebi quando um amigo visitou Buenos Aires em 2012 e, ao caminhar pela “calle Corrientes”, a famigerada rua das livrarias portenhas, deparou-se com uma banca instalada por Eloísa Cartonera, na qual comprou três

livros para mim, a preços muito baixos, segundo me comentou. Eu tinha algumas referências da existência de uma editora criada em finais de 2003 que produzia livros com capas de papelão e cujas publicações respondiam a uma outra lógica. Devo dizer que tais exemplares foram impactantes pela sua materialidade rudimentar, com textos impressos sem maior sofisticação técnica, capas com os títulos grandes e bastante coloridas, sem o nome do autor e sem o clássico registro de ISBN. E, nas páginas finais de cada exemplar, uma longa lista de autores e títulos já editados. Diria que, para mim, como receptor e leitor, foi uma verdadeira surpresa descobrir esse tipo de objeto cultural. Depois, por motivos pessoais, fiz uma viagem a Bogotá, onde descobri a existência de uma editora similar, Amapola Cartonera. Entrei em contato com a equipe que a impulsionava e marcamos um encontro no seu espaço, onde tinham uma velha imprensa de tipos móveis, para conversar sobre os pressupostos e os objetivos de um projeto editorial inovador e bastante diferenciado. Por isso, em setembro de 2013, decidi criar, junto a um pequeno grupo de pessoas, a histórica Maria Papelão, para projetar escritas e

linguagens outras, de autores inéditos ou já reconhecidos, sem aquelas exigências e as rotinas das editoras convencionais. Só que, depois de um ano de caminhada, surgiram algumas divergências na equipe sobre o encaminhamento da editora, o que levou ao seu precoce fim, com o saldo de cinco títulos publicados e inúmeras oficinas cartoneras realizadas, sobretudo em escolas públicas de Santa Maria. De tal experiência surge imediatamente, em novembro de 2014, a editora Vento Norte Cartonero. Por último, é necessário esclarecer que os projetos cartoneros, além de não ter nenhum fim comercial, não implicam um fazer profissional por parte de seus artífices, pois, tal como se pode verificar na composição das equipes, ninguém assume o trabalho cartonero como profissão. É, em geral, uma atividade que se realiza sob o pressuposto de sua dimensão social, ideológica e literária, paralela à vida profissional que se exerce para ter uma remuneração econômica.

➤ O QI:

Nós, estudantes de Produção Editorial, fazemos parte de um núcleo muito maior: o da Comunicação Social, que engloba um universo de criações e oportunidades. A

partir de suas experiências pessoais e profissionais, de que forma você enxerga a atuação da Comunicação Social no contexto social atual?

Gaudêncio:

Na verdade trata-se de uma questão bastante complexa. Diria que qualquer resposta demanda uma reflexão teórica e crítica em torno do que hoje se entende como “comunicação social”. Mais ainda com a exacerbação e domínio quase absoluto que hoje têm as chamadas redes sociais, graças ao desenvolvimento tecnológico. De todo modo, acho que o fazer cartonero, pensar e editar livros sob uma outra lógica, assim como realizar oficinas para ensinar os processos de elaboração de um livro, está atrelado ao propósito de interferir nas maneiras de entender socialmente os processos literários e a comunicação entre escritores e receptores, com a mediação cada vez maior das referidas redes sociais. A indagação de vocês resulta muito instigante para mim como sujeito cartonero, porque se a produção editorial é parte de “um núcleo maior”, o da comunicação social, o que se realiza de maneira modesta e projetada de forma bastante periférica estaria incluído nele. Daí que nós cartoneros

precisamos definir as táticas, como diria Certeau, para agir e interferir com nossas peculiares produções e ações pontuais nesse amplo, heterogêneo e problemático mundo da comunicação social. Sem esquecer que a comunicação social não se pode desvincular das leis e regras impostas pelo mercado. Assunto cabeludo para ser abordado em outra ocasião.

➤ **O QI:**

Como a sua formação complementa a área da editoração independente? No que elas se parecem e divergem? Como ocorreu essa mescla? Como surgiram os projetos Maria Papelão e Vento Norte?

Gaudêncio:

No meu caso, venho de uma formação acadêmica e profissional ligada aos livros do campo literário latino-americano. Em tal sentido, sempre estive em contato com os mais diferentes tipos de publicações, fossem tradicionais, inovadoras ou experimentais, não só no relacionado com as linguagens e os códigos, como também com os aspectos tipográficos e/ou gráficos, formatos empregados, formas de circulação, etc. Basta mencionar aqui o fenômeno vital que se deu no Brasil nos anos 70 e que passou a ser conhecido

como “poesia marginal”. Os autores produziam seus próprios livrinhos de maneira artesanal em mimeógrafos, eles mesmos os faziam circular em espaços não canônicos e em contato direto com os futuros leitores, muitas vezes sem um preço fixo. Sem dúvida, creio que no nosso contexto é o antecedente mais imediato das concepções e práticas que nós cartoneros vamos seguir, junto a fenômenos similares em diversos países da América Latina que buscavam quebrar as regras e a ordem do mercado editorial. Posso dizer, então, que minha experiência e trajetória como sujeito inserido na “cidade letrada” foi fundamental para arquitetar e concretizar a ideia de criar, em 2013 e 2014, editoras cartoneras em Santa Maria. Porém, preciso destacar que em ambos os casos decidi não atrelar os projetos à minha vida profissional, mas torná-los extensão das atividades que um docente universitário realiza no seu espaço institucional, e, por essa via, não transformar as ações cartoneras em dados para serem registrados no curriculum Lattes. Para isso, criei uma identidade que mantenho até hoje, e com a qual transito pelo universo cartonero, a de Gaudêncio Gaudério; uma identidade que me permite exercer o que

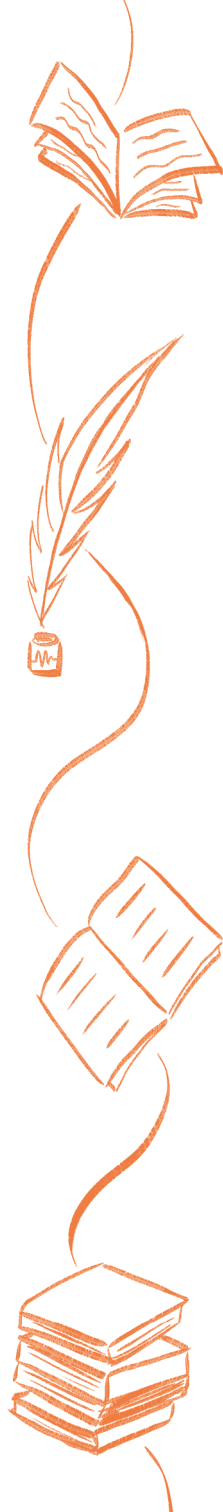
chamo de militância social, porque entre outras coisas nós, cartoneros, pretendemos ajudar a democratizar a palavra escrita e o acesso ao livro, além de projetar com nossas edições vozes historicamente marginalizadas e silenciadas

➤ O QI:

O que é ser um cartonero e como esse processo se diferencia dos outros métodos tradicionais? Quais foram as referências para criar esse gênero de livro experimental? Quais eram as expectativas e o que foi alcançado?

Gaudêncio:

Parte das respostas já estão esboçadas nas anteriores. Todavia, acho que a definição do substantivo comporta esclarecer certos princípios e elencar as várias tarefas que cumprimos para dar conta do processo de editar, elaborar os livros e colocar em circulação nossas publicações. As editoras cartoneras são projetos independentes e de autogestão, o que implica que não possuem vínculos institucionais de nenhuma espécie, públicos nem privados. Elas não têm nenhum registro oficial. A rigor, legalmente não são nada. Realizam pequenas tiragens e a venda de seus exemplares, a preços muito baixos,



só visa a manutenção do projeto. Muitas vezes outros são doados para acervos de bibliotecas comunitárias. Também é importante ressaltar a opção pelas “licenças livres” e a renúncia a trabalhar com ISBN. Por isso, a relação com os autores é bem diferente, porque quando se recebe um material para ser editado, ele não passa ao domínio da cartonera; se quiserem, os autores podem publicá-lo depois com uma editora convencional. E os “direitos de autor” não existem porque não se assina nenhum contrato entre as partes. Cada cartonera oferece, em geral, um número determinado de exemplares da obra como retribuição pelo material cedido. Algumas publicam obras de domínio público. Em síntese, ser cartonero comporta pensar em uma linha editorial, selecionar textos de autores que se ajustem a essa linha, visualizar o público ideal ao que se dirige a publicação, e, em concordância, definir o tipo de edição que se quer fazer para o título respectivo; e, em termos mais práticos, buscar o material básico que são as caixas de papelão para as capas, pintar elas uma por uma, imprimir todos os textos, montar os livros, fazer as apresentações e vender os exemplares. Eis o elenco de ações e tarefas

que nos caracteriza e diferencia hoje como artífices de uma proposta alternativa no campo editorial.

➤ O QI:

O tema da Revista O QI desse ano é “Experimentação no Campo Editorial”, na qual estamos fazendo uma edição comemorativa dos 15 anos de Produção Editorial, buscando valorizar a criação e desenvolvimento de produtos e projetos no contexto do campo editorial, que servem não só de instrumentos para evolução da área, mas também dos alunos e futuros profissionais. Na sua formação profissional você teve a oportunidade de fazer experimentações, desenvolver protótipos e criar projetos que de alguma forma contribuíram para sua experiência profissional? Se sim, poderia dar algum exemplo do que foi desenvolvido e como isso te ajudou?

Gaudêncio:

Ao longo da formação acadêmica e da trajetória existencial estive ligado em várias ocasiões a projetos editoriais alternativos e independentes. Colaborei na condição de autor com publicações de natureza literária fazendo resenhas e abordagens críticas de certas obras.

Integrei o conselho editorial de revistas culturais. Nos finais dos anos setenta, mantive forte contato com um projeto que hoje vejo como antecedente silencioso das editoras cartoneras, porque publicava livros feitos com materiais sobrados de papel e papelão, com um sentido bastante lúdico, para quebrar normas instituídas e projetar discursos não canônicos, para circular pelas margens do campo literário dessa época. Uma experiência que me deixou um belo conhecimento, que vim aproveitar quando decidi me tornar cartonero, nos termos que já aludi antes, e que me ajudou de alguma maneira a traçar os sendeiros por onde ia transitar e, em especial, a ter clareza sobre a significação de um projeto que continua sendo ignorado, por diversas razões, no universo letrado, sobretudo no acadêmico.

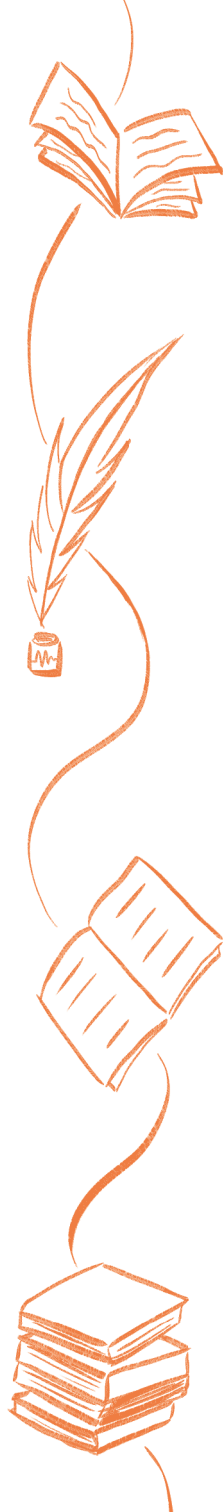
✦ O QI:

A Produção Editorial tem como mascote o camaleão, representando a capacidade de seus profissionais em se adaptar a diferentes contextos e realidades. Nos últimos anos temos vivenciado grandes mudanças, tanto na tecnologia, quanto nas áreas em que estamos inseridos, provocando nos profissionais desse campo a

necessidade de aprimorar seus conhecimentos, habilidades e competências. Você acha que é possível se adaptar a essas mudanças? De que forma isso pode ser feito? Existem novos formatos, linguagens e/ou plataformas que os futuros – e atuais – comunicadores precisam conhecer?

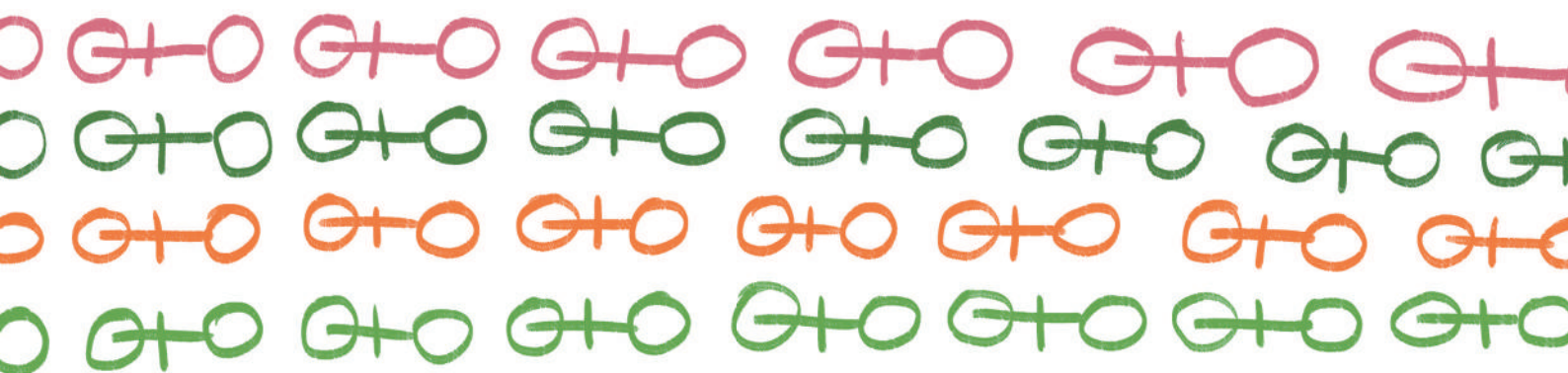
Gaudêncio:

A resposta não é óbvia e nem simples, como se poderia pensar inicialmente. Vejamos. Alguns afirmam por aí que o livro cartonero é um livro artesanal, incluídos certos sujeitos que os produzem. A questão concreta é que quando se recebe ou transcreve um texto para publicação, ele precisa ser processado em um aparelho de alta tecnologia, o computador, para logo ser diagramado de acordo com algum programa sofisticado, e, a seguir, ser impresso também em outro aparelho, fruto do avanço tecnológico. Por lógica, tudo isso requer renovadas competências e habilidades, independente da vontade individual, mesmo nos casos em que para alguns a tecnologia se torna algo “natural” e se conviva com ela sem maiores conflitos. Para um cartonero, as demandas para acompanhar as velozes inovações tecnológicas se impõem da mesma forma. Para um profissional da área da produção



editorial mais ainda. E se recordamos que esse profissional precisa se inserir no mercado, podemos concluir que não há alternativas: ou se atualiza ou fica por fora do campo de trabalho. Porém, há um aspecto que resulta crucial e quase sempre se ignora de forma olímpica: o de que a chamada realidade do mundo não é nada homogênea, que ela é constituída pelo que Perry Anderson denomina as “temporalidades históricas”. Eis a complexidade do problema. Porque, para um cartonero como eu, que publica obras de sujeitos letrados ou com pouco domínio dos códigos da escrita, graças às tecnologias atuais para o processo editorial, resulta impossível ignorar em qualquer caso quem é o emissor e qual seria seu potencial receptor. E se estamos imersos em termos que indicam a existência de outras linguagens, em códigos de uma cultura cada vez mais imagética, em plataformas virtuais que levam a representações para as mais diversas galeras, etc., não se pode ignorar que subsistem e persistem velhas ou arcaicas formas de expressão humana com as quais a produção editorial ainda tem que lidar. Daí que, como cartonero, transito de maneira constante entre o artesanal da mão para elaborar as capas e

o mais tecnológico para editar e imprimir os livros, entre códigos e linguagens que lutam para entrar no universo letrado ou são expressão direta de realidades mediadas pela virtualidade e os processos tecnológicos, entre um mundo que parece estar morrendo e outro que parece não ter contornos concretos.





➤ SUSSURROS DE UMA NINFA: HISTÓRIAS NUNCA CONTADAS SOBRE A MITOLOGIA GREGA

A NYMPH'S WHISPERS: STORIES EVER TOLD ABOUT GREEK MYTHOLOGY



➤ **Geilyan Martins¹**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

➤ **Isabella Matos²**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

➤ **Julia Capeleti³**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

➤ **Vitória Skalla
Gracce⁴**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: Sussurros de uma Nífa é uma coletânea de contos baseados na mitologia grega, com foco em uma abordagem contemporânea e sensível das figuras mitológicas. O objetivo foi aproximar os leitores desses personagens por meio de narrativas acessíveis e humanizadas. A produção envolveu escrita, ilustração manual, design gráfico e integração com conteúdo digital. Apesar de desafios no cronograma, o grupo concluiu a obra impressa com 140 páginas, unindo texto e imagem em um projeto autoral que proporcionou aprendizado técnico, criativo e interdisciplinar.

Abstract: A Nymph's Whispers is a collection of short stories based on greek mythology, focusing on a contemporary and sensitive approach to mythological figures. The aim was to bring readers closer to these characters through accessible and humanized narratives. The production involved writing, manual illustration, graphic design and integration with digital content. Despite challenges in the schedule, the group completed the 140-page printed work, combining text and image in an authorial project that provided technical, creative and interdisciplinary learning.

Palavras-Chave: Livro; Contos; Mitologia; Fantasia.

Keywords: Book; Tales; Mythology; Fantasy.

➤ 1 APRESENTAÇÃO DA PRODUÇÃO

O livro “Sussurros de uma Ninfã” foi desenvolvido como parte da disciplina de Projeto Experimental em Edição de Livros do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), sob orientação dos professores Jean Rossi e Sandra Depexe, no primeiro semestre de 2024.

O projeto consistiu na produção de uma coletânea de contos com a temática de mitologia grega, criados sob uma perspectiva humanizada e contemporânea dos personagens mitológicos. O livro foi desenvolvido em formato físico, com ilustrações autorais, diagramação experimental e um projeto gráfico pensado para aproximar o leitor da obra. A valorização da criação de uma obra tanto artística quanto educacional busca tornar as experiências mais envolventes e interativas (Freire, 2019).

O produto contém um apêndice digital, podendo ser acessado por QR code, como produto complementar, buscando criar uma prática interdisciplinar com a disciplina de Publicações Digitais, ministrada pelo professor Leandro Stevens.

➤ 2 OBJETIVOS

O principal objetivo do projeto foi criar uma publicação que aproximasse o público contemporâneo dos mitos gregos, revelando os aspectos emocionais e cotidianos dos deuses e figuras mitológicas. O grupo buscou romper com a representação grandiosa e distante dessas personagens para apresentar narrativas mais acessíveis, sensíveis e humanas, permitindo identificação e reflexão.

Como o projeto surgiu em uma disciplina experimental, o intuito da produção era proporcionar uma experiência prática em escrita, edição, ilustração, design e produção editorial para os membros do grupo, promovendo o domínio técnico e criativo dos processos que envolvem a confecção de uma obra literária.

➤ 3 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo abrange jovens e adultos entre 16 e 30 anos, de todos os gêneros, com nível de instrução variado, mas principalmente estudantes e entusiastas da literatura e da mitologia. Geograficamente, o foco principal é o público brasileiro, embora a obra tenha potencial de interesse em outras regiões que falem português.

➤ 4 ETAPAS DE PRODUÇÃO

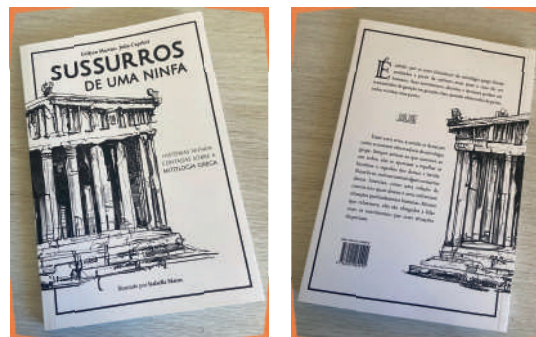
O projeto foi desenvolvido em várias fases, iniciando com a escolha do tema e formato. Os contos foram escritos pelos integrantes Geilyan e Julia, com foco em diversas figuras mitológicas, algumas mais conhecidas e outras completamente fora do conhecimento popular, reinterpretando suas histórias com ênfase em sentimentos como solidão, amor, rejeição e destino.

As ilustrações e o projeto gráfico ficaram sob responsabilidade de Isabella e Vitória, que também diagramaram o livro. Cada conto foi acompanhado por uma ilustração única que buscava retratar alguma cena, sentimento ou ação ali descritos, mas mantendo uma estética padronizada tanto para as imagens quanto para o miolo, que, de acordo com Hendel (2006) possibilitam expressão de forma conjunta ao conteúdo escrito. A diagramação também foi parte importante, pois contou com diversas interações com o texto, tornando-o mais imersivo.

O cronograma inicial sofreu adaptações devido a uma greve e a eventos climáticos, o que exigiu flexibilidade por parte do grupo. Inicialmente, no lugar das ilustrações, fotografias estavam planejadas, mas

foram substituídas, o que acabou reforçando a estética intimista da obra.

➤ Figuras 1 e 2



Fonte: Acervo pessoal.

Além disso, elementos paratextuais (epígrafes, sumário, colofão) e epitextuais (marcadores, e-book complementar) foram desenvolvidos para enriquecer a experiência do leitor.

O acabamento foi definido para que reforçasse a identidade visual proposta, que era criar um produto com características intimistas e imersivas, que uniam as histórias profundas com sua estética. Com isso, o livro foi feito em preto e branco, com ilustrações que representavam o traço de um desenho feito a mão. Para que o material impresso transmitisse conforto, o livro foi impresso em papel Avena 90g/m², o qual contém textura agradável e cor amarelada,

facilitando a leitura. As dimensões finais do produto foram de 13,2cm x 19,4cm, sendo um livro pequeno e de fácil manuseio.

➤ 5 RESULTADOS E RELATOS DE EXPERIÊNCIA

O resultado final foi um livro de 140 páginas com um projeto gráfico que buscou integrar forma e conteúdo em uma linguagem estética coesa e pessoal. O design editorial explora margens confortáveis, *layouts* customizados e materializações visuais dos textos, aproximando o leitor das emoções dos personagens.

A experiência dos autores foi marcada por desafios e aprendizados significativos. A escrita dos contos permitiu que Geilyan e Julia explorassem temas pessoais por meio da mitologia, como perdas, amor, isolamento e crescimento. A escolha de personagens secundários e ambientação contribuíram para um processo criativo mais livre e afetivo.

Para Isabella e Vitória, a criação gráfica foi um processo artesanal e desafiador. As ilustrações feitas à mão, os testes de impressão e a busca por coerência estética demonstram o compromisso do grupo com um resultado visualmente

marcante. As dificuldades enfrentadas, como alterações de cronograma e limitações orçamentárias, foram superadas com criatividade e resiliência.

Ao final, é possível concluir que houve satisfação com o produto e orgulho pela construção coletiva de um projeto autoral que alia texto, imagem e emoção. O livro não apenas cumpriu os objetivos acadêmicos, mas também se consolidou como um projeto experimental, artístico e capacitador significativo para todos os envolvidos.

➤ Figuras 3 e 4



Fonte: Acervo pessoal.

➤ REFERÊNCIAS

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 23. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1994. 129 páginas.

HENDEL, Richard. **O design do livro**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2006.

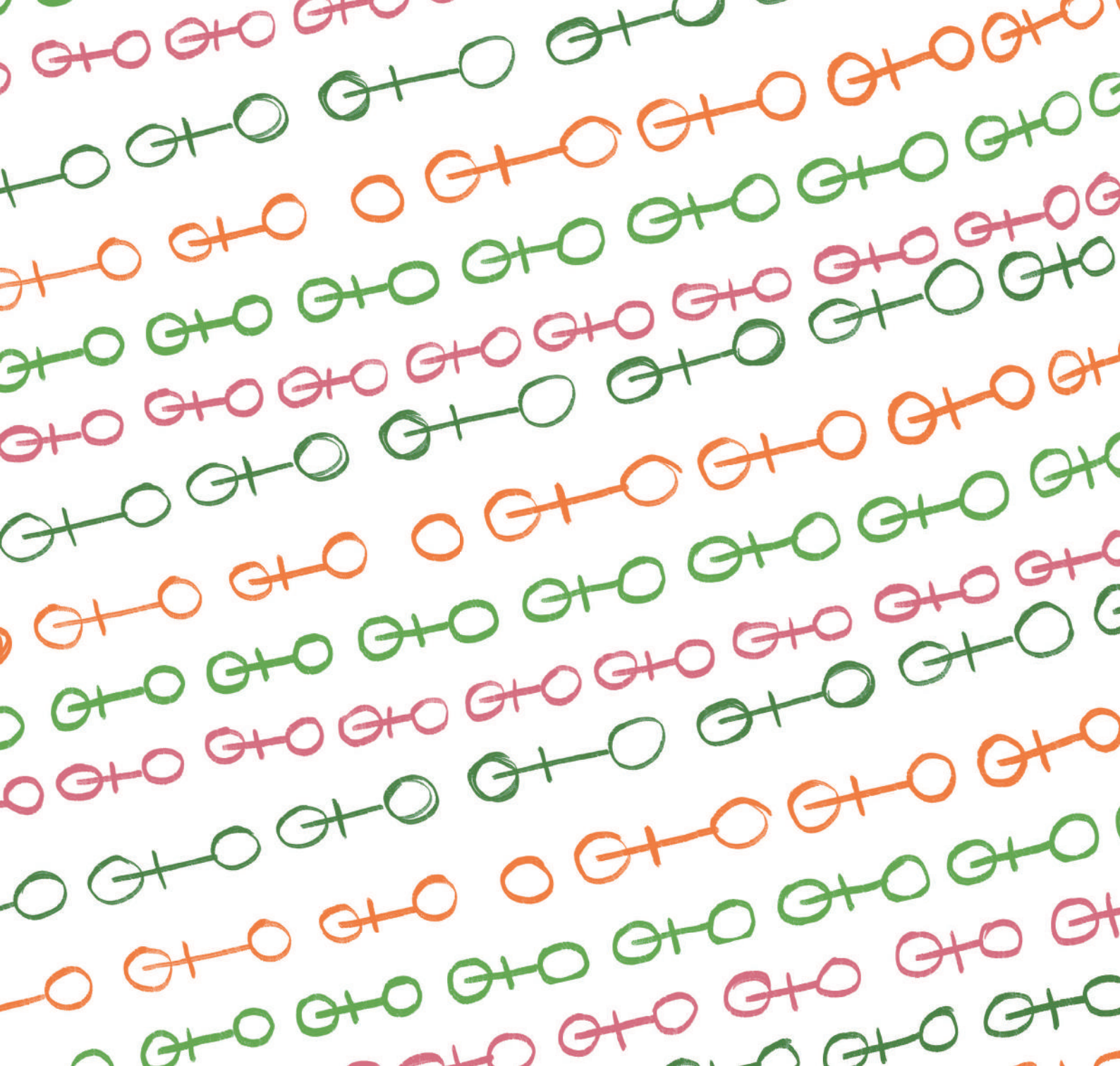
➤ AUTORIA

¹**Geilyan Martins** é graduando em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: geilyan.martins@acad.ufsm.br

²**Isabella Matos** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: isabelladossantosmatos@acad.ufsm.br

³**Julia Capeleti** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: julia.capeleti@acad.ufsm.br

⁴**Vitória Skalla Gracce** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: vitoria.skalla@acad.ufsm.br





» LIVRO 'SOUND AND VISION'

BOOK 'SOUND AND VISION'



» **Maria Eduarda
da Costa Levy¹**
Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: O livro *Sound and Vision* explora a subjetividade ao convergir a ilustração e a música em um livro de artista inspirado em um playlist autoral de trinta músicas. As ilustrações são interpretações pessoais das canções selecionadas e simulam um caderno sketchbook evocando o cotidiano da autora. O material também disponibiliza um espaço para que o leitor possa criar suas próprias narrativas ao fim das páginas. A obra valoriza a subjetividade da criatividade e fomenta a publicação independente, indo contra padrões mercadológicos editoriais.

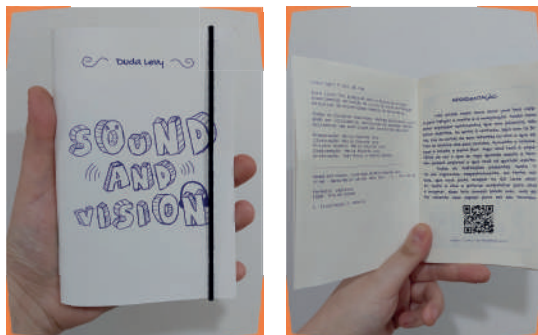
Palavras-chave: Livro de artista; Ilustração; Música; Subjetividade.

Abstract: *Sound and Vision* explores subjectivity by converging illustration and music in an artist's book inspired by an authorial playlist of thirty songs. The illustrations are personal interpretations of the selected songs and simulate a sketchbook evoking the author's daily life. The material also offers a space for the reader to create their own narratives at the end. The work values the subjectivity of creativity and promotes independent publishing, going against editorial market standards.

Keywords: Artist's book; Illustration; Music; Subjectivity.

O livro “Sound and Vision” (Figura 1) foi um projeto experimental produzido na disciplina de Projeto Experimental em Edição de Livros do curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, em 2024, que trouxe em seu conceito um livro de artista com trinta ilustrações inspiradas em uma *playlist* de mesmo nome, com trinta músicas.

➤ Figura 1



Fonte: Acervo pessoal.

Sua proposta é que o leitor possa sentir a subjetividade e perspectiva da autora em seus desenhos quando escuta as canções selecionadas. Junto ao material físico, uma caneta bic azul foi disponibilizada, para que o leitor também pudesse utilizar as folhas finais que foram deixadas em branco para

explorar sua imaginação e criatividade a partir da *playlist* ou de suas próprias inspirações. O leitor teve acesso ao *Linktree*² do “Sound and Vision” na apresentação no início do livro, com o uso de *Qr Code*.

Assim, na construção do conceito e conteúdo do livro, foi utilizada a convergência da música e da ilustração para criar uma nova percepção. A partir de justificativas e inspirações pessoais da autora, os desenhos transmitem mensagens para além do que está presente nas músicas, brincando com a subjetividade da imaginação e também com a interpretação de seus leitores. Para que o conteúdo fizesse sentido, a escolha do formato e suporte do material foi em torno da ideia de um caderno pessoal, o qual a autora usa para rabiscar, em seu trajeto do ônibus, com sua caneta bic azul. Esses aspectos demonstram a personalidade do projeto em seu modo ideal e físico.

A escolha do título “Sound and Vision”, traduzido livremente para o português como “Som e Visão”, é uma referência à música “Sound and Vision” do cantor e compositor britânico David Bowie. Lançada em 1977, a letra da música

² Acesso à playlist: linktr.ee/s0und4ndvision

corresponde ao teor subjetivo e pessoal da publicação. Além do nome da canção ser totalmente sugestivo ao intuito do livro, o título celebra a união da imagem e do som, que permite criar figuras além da realidade para descrever sensações e pensamentos. Como o próprio Bowie diz em sua canção, “a dádiva do som e da visão”.

O público-alvo foi delimitado como jovens adultos universitários, entre 18 a 30 anos, sem distinção de gênero e recorte geográfico, que se interessem em temáticas que investigam a subjetividade do desenho e também possuem gosto pela interdisciplinaridade da música com o processo criativo de ilustrações. Por não ser um livro que se encaixe em um padrão editorial comercial, é importante saber para quem serve sua temática e suas escolhas editoriais. Samara (2011, p.8) aponta que:

Definir o público permite que o designer tome decisões básicas acerca de forma e conteúdo desde o formato básico-tipo, tamanho, método de encadernação -, até aspectos mais abstratos (...) como as ilustrações. O fator público portanto, também influencia o sentido do conteúdo do assunto: o público espera que o conteúdo tenha determinadas associações ou certo efeito psicológico. (Samara 2011, p.8)

O projeto teve seu início na concepção e criação da *playlist*. Logo em seguida, o processo criativo e rascunho dos desenhos, feitos digitalmente no *Clip Studio Paint*. Nesta primeira fase, a autora dedicou-se a buscar referências visuais para o feitiço das ilustrações e adaptou para seu próprio estilo de desenho. Após a finalização das artes, foram produzidos os paratextos do livro, para logo começar a etapa de diagramação, feita no *Adobe Indesign*.

Para atender a proposta e seu público alvo, o projeto gráfico foi pensado para representar um caderno pessoal, estilo *sketchbook*, de maneira que transmitisse a ideia de individualidade. Todas as escolhas gráficas e editoriais rodeiam a ideia do material simbolizar um objeto pessoal da autora, como se tivesse comprado um caderno em branco e desenhado nele. Zappaterra (2014, p.144) cita que “não há regras a respeito de como você deve usar esses elementos de design, desde que, em conjunto, expressem a identidade da publicação, em geral, e conteúdos específicos, em particular”.

As medidas do livro aberto e fechado são respectivamente 20x15cm e 10x15cm. Para a capa, o papel escolhido foi o Supremo 300g, colorido na frente e

laminação total fosca. Para o miolo, papel pólen 80g, sendo no total 64 páginas coloridas e as últimas 30 páginas sem ilustrações. A encadernação foi feita com grampo central, juntamente ao elástico e os ilhós na contra capa.

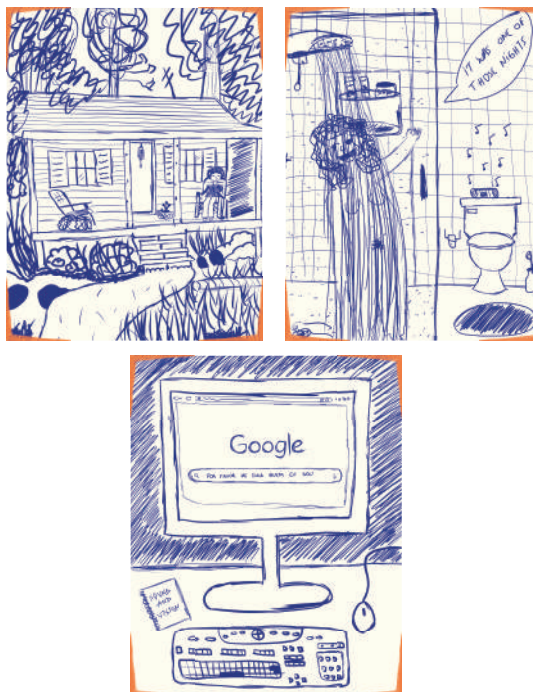
Para a tipografia, mesmo que pouco usada ao decorrer do livro, por ser apenas de ilustrações, foram utilizadas duas fontes, a Cousine, sem serifas e levemente quadrada para elementos pré e pós textuais (ficha catalográfica e colofão) e a Gochi Hand, sem serifas, de aspecto manuscrito, arredondada e com traços irregulares para a apresentação e título das ilustrações.

Na parte das ilustrações (Figuras 2, 3 e 4), a proposta foi ousar nas imagens abstratas e com muitas camadas de significado. Todos os desenhos estão em azul, pois o conceito é que representem a cor e o aspecto da caneta bic azul.

A escolha monocromática das imagens faz com que a perspectiva seja as diversas espessuras dos traços. Outros aspectos da cor azul, comentados por Heller (2013) em seus estudos sobre a psicologia das cores, condizem com o conceito geral do projeto, como por exemplo quando Heller (2013, p. 52) aponta que “o azul é também

uma cor do irreal”, onde representa uma fuga mental, estar consigo mesmo, introversão. Essas características apontam a aproximação da autora com o conteúdo e a profundidade do ser singular.

✧ Figura 2, 3 e 4



Fonte: Acervo pessoal.

Desde o princípio, a finalidade do projeto foi ter um valor sentimental para a autora e trazer uma proposta singular em meio ao mercado editorial. O livro cumpriu com todas as expectativas em seu desenvolvimento. Apesar das limitações gráficas, sua materialidade seguiu o conceito desde o início até sua finalização. Os maiores desafios encontrados ao longo do projeto foram relacionados a processos criativos da autora, por serem muitas ilustrações e todas autorais. Com o tempo, a fluidez do feitiço dos desenhos foi se adaptando e a obra tomou forma. Os ensinamentos adquiridos no decorrer do projeto “Sound and Vision” foram muitos e vitais para um aprofundamento profissional e acadêmico. Um dos pontos principais sobre a finalização do livro foi o sentimento de realização da autora, por finalmente ter um projeto integralmente seu, com sua essência e personalidade. São esses aspectos que fazem o desenvolvimento deste projeto ir além do âmbito acadêmico, tornando-o parte da evolução pessoal da autora.

➤ REFERÊNCIAS

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Editora Garamond Ltda. 1ª ed. São Paulo, 2013.

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Editora Sênior Bookman. Porto Alegre, 2011.

ZAPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. Laurence King Publishing Ltd. 1ª ed. São Paulo, 2014.

➤ AUTORIA

¹**Maria Eduarda Levy** é graduanda em Comunicação Social – Produção Editorial, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: maria-eduarda.levy@acad.ufsm.br.



➤ A PRODUÇÃO DAS EDIÇÕES ESPECIAIS DE FELIPPE D'OLIVEIRA PELA EDITORA DA UFSM

THE PRODUCTION OF THE SPECIAL EDITIONS OF FELIPPE D'OLIVEIRA BY UFSM PRESS



➤**Tagiane Mai¹**

Universidade
NOVA de Lisboa

Resumo: Este ensaio apresenta o processo de produção das edições especiais *Felippe D'Oliveira: obra completa* e *Felippe D'Oliveira: o poeta da lanterna verde*, publicadas pela Editora da UFSM em 2024. A partir da valorização da materialidade do livro, o texto destaca as escolhas editoriais e gráficas que proporcionam uma experiência de leitura sensível, ao mesmo tempo que reforçam o papel da editora na preservação do patrimônio cultural santa-mariense.

Palavras-chave: Edição especial; Projeto gráfico; Patrimônio literário.

Abstract: This essay presents the production process of the special editions *Felippe D'Oliveira: obra completa* and *Felippe D'Oliveira: o poeta da lanterna verde*, published by UFSM Press in 2024. Emphasizing the materiality of the book, the text highlights editorial and graphic design choices that offer a sensitive reading experience, while also reinforcing the role of the press in preserving Santa Maria cultural heritage.

Keywords: Special edition; Graphic design; Literary heritage.

Pensar o livro a partir da sua materialidade implica reconhecer que ele pode carregar consigo muito mais do que um conteúdo verbal. Ao serem exploradas as suas possibilidades experimentais – sejam elas sensoriais, olfativas, visuais, entre outras –, o livro é capaz de surpreender, encantar, gerar tensão, sugerir e emocionar. É nesse contexto ampliado da experiência de leitura que se inserem as edições especiais *Felippe D'Oliveira: obra completa* (3ª edição revista) e *Felippe D'Oliveira: o poeta da lanterna verde*, publicadas pela Editora da UFSM em 2024. O relato que apresentamos aqui busca detalhar um pouco do processo de produção de ambas as obras, destacando as escolhas editoriais e gráficas que tornam essas publicações diferenciadas entre o catálogo de uma editora universitária.

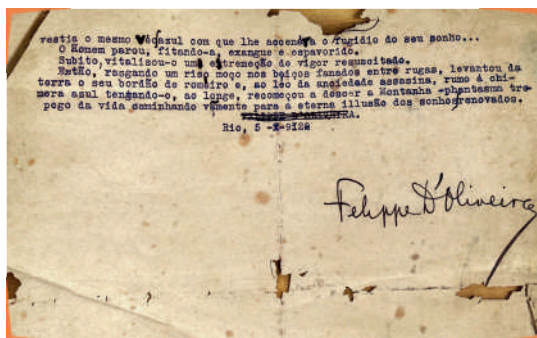
Em termos editoriais, inicialmente concebemos as linhas gerais que orientariam ambas as publicações. A intenção era produzir duas obras que dialogassem entre si e que convidassem o leitor a uma experiência de leitura sensível, em que a materialidade do objeto também fosse linguagem. Para tanto, o projeto gráfico assumiu papel central, com decisões que

abrangeram desde detalhes de acabamento até a escolha das imagens que ilustrariam as publicações, garantindo a melhor harmonia com o conteúdo textual.

Optamos pela impressão de ambas as edições em papel pólen natural, com o intuito de proporcionar mais conforto à leitura. A tipografia utilizada no miolo foi a Garibaldi, uma fonte que tem aparência orgânica, ao mesmo tempo que preserva a construção tradicional da tipografia romana. As capas foram confeccionadas em capa dura, com aplicação de verniz localizado sobre o texto que compõe o “pano de fundo” de cada uma delas – um manuscrito do próprio Felipe D'Oliveira, localizado entre os documentos de seu acervo.

A fim de conferirem um aspecto mais autoral às capas, dando-lhes um toque de personalidade, ambas as edições recuperam e ampliam uma assinatura do próprio autor, presente no rascunho do conto “Ansiedade”, datado de 1922 (Figura 1, p.16). Vale observar que o referido conto permanecia inédito até a publicação dessas edições, o que agrega ainda mais valor histórico e editorial ao projeto.

➤ **Figura 1:** Detalhe de datiloscrito com a assinatura de Felipe D'Oliveira, aproveitada como elemento gráfico nas capas das edições especiais.



Fonte: Acervo da Secretaria Municipal de Cultura de Santa Maria/RS.

Além da assinatura, a capa da *Obra completa* reproduz um recorte da última fotografia de Felipe D'Oliveira em vida, possivelmente datada de 1932. Já a capa de *O poeta da lanterna verde* utiliza o recorte de uma das fotos mais emblemáticas do autor, publicada na revista *Fon-Fon!* em 18 de março de 1933 (Figura 2, p. 18). Nas folhas de guarda, reproduzem-se manuscritos e datiloscritos de Felipe, que também integram o conteúdo das obras (Figura 3 p.18).

Especificamente em relação à *Obra completa*, a edição resgata manuscritos originais, rascunhos de poemas, publicações em jornais e revistas da época, além de reproduzir, a cada início de capítulo,

a capa da primeira edição de cada um dos livros do poeta (datados de 1911, 1926, 1934, 1937 e 1938). A capa da primeira edição da *Obra completa* de Felipe D'Oliveira (publicada em 1990), ilustrada em nanquim e bico de pena pelo artista plástico Titi Roth, foi igualmente recuperada e reproduzida ao final do livro, em página aberta – gesto que também presta uma homenagem à contribuição do artista para a história editorial da obra.

Já na biografia crítica, a primeira página do miolo apresenta o retrato de Felipe D'Oliveira pintado por Candido Portinari, de modo a evidenciar, logo de início, a importância e o reconhecimento do poeta no cenário literário e artístico nacional. Também são reproduzidos um quadro do poeta assinado por Tarsila do Amaral, o busto do autor esculpido por Victor Brecheret, entre muitas outras fotografias de ou sobre Felipe. Muitas dessas imagens são vazadas, recurso que amplia o seu impacto visual, ainda que sejam impressas em P&B (escolha motivada por questões de custo gráfico).

Ambas as edições lideraram as vendas da Editora UFSM durante a Feira do Livro de Santa Maria de 2024.

➤ **Figura 2:** Fotografias de Felipe D'Oliveira utilizadas nas capas das edições especiais: à esquerda, provável último retrato em vida do autor; à direita, imagem publicada na revista Fon-Fon! (1933).



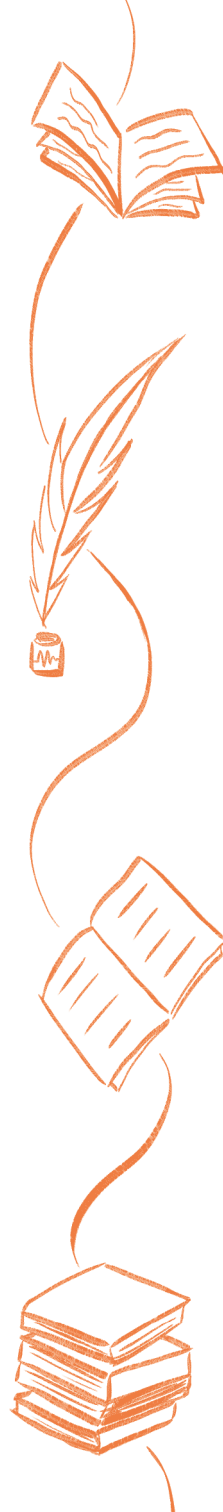
Fonte: Divulgação/Editora UFSM

➤ **Figura 3:** Detalhe das folhas de guarda e das capas das edições especiais de Felipe D'Oliveira.



Fonte: Divulgação/Editora UFSM

No dia do lançamento, a fila para autógrafos se estendeu por mais de duas horas, demonstrando o interesse do público pelo resgate da obra de Felipe D'Oliveira. Além das vendas expressivas, as edições ampliaram a visibilidade da Editora, reforçando seu papel na preservação do patrimônio cultural de Santa Maria. A repercussão positiva se estendeu tanto ao meio acadêmico quanto ao público em geral, que destacou a qualidade editorial, o projeto gráfico sofisticado e a riqueza do material presente nas edições, o que reafirma, afinal, a relevância de projetos editoriais que unam rigor acadêmico com cuidado na produção editorial.



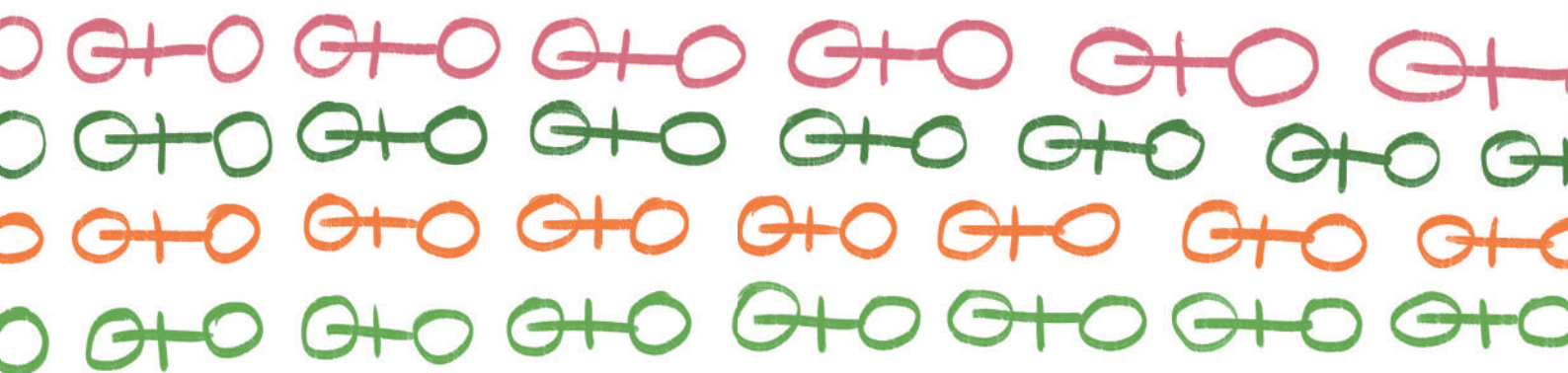
➤ REFERÊNCIAS

D'OLIVEIRA, Felipe. **Obra completa**. 3. ed. rev. Lígia Militz da Costa, Maria Eunice Moreira e Pedro Brum Santos (org.). Santa Maria: Ed. da UFSM, 2024.

SANTOS, Pedro Brum; ZAMBERLAN, Lucas da Cunha. **Felippe D'Oliveira**: o poeta da lanterna verde. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2024.

➤ AUTORIA

Tagiane Mai é Mestre em Edição de Texto pela Universidade NOVA de Lisboa, revisora de textos na Editora da UFSM. E-mail: tagiane.mai@ufsm.br.





➤ EDUCAÇÃO EMOCIONAL E LITERATURA TERAPÊUTICA

EMOTIONAL EDUCATION AND THERAPEUTIC LITERATURE



➤ **Caroline Daronco
Campos Romero
Sanches¹**

Universidade Regional
do Noroeste do Estado
do Rio Grande do Sul
(UNIJUÍ)

Resumo: Este trabalho apresenta o processo criativo do livro ilustrado “Laluca e o Baú das Emoções”, que une literatura infantil, educação emocional e ilustração artesanal. A obra visa promover a autorregulação emocional e a escuta ativa entre crianças, educadores e famílias, utilizando elementos simbólicos e visuais para abordar sentimentos de maneira poética.

Abstract: This paper presents the creative process of the illustrated book “Laluca and the Chest of Emotions”, which combines children’s literature, emotional education, and handcrafted illustration. It aims to foster emotional self-regulation and active listening among children, educators, and families using symbolic elements to approach emotions in a poetic way.

Palavras-chave: Literatura infantil; Emoções; Educação emocional; Ilustração; Terapia.

Keywords: Children’s literature; Emotions; Emotional education; Illustration; Therapy.

➤ 1 APRESENTAÇÃO DA PRODUÇÃO

A produção apresentada consiste na criação do livro infantil ilustrado “Laluca e o Baú das Emoções”, desenvolvido por Caroline Daronco Campos Romero Sanches, psicóloga, neuropsicóloga e educadora com quase duas décadas de atuação clínica e pedagógica. A obra foi inteiramente ilustrada à mão com a técnica de aquarela e nanquim. A produção é autoral tanto em conteúdo literário quanto nas ilustrações, permitindo uma integração profunda entre narrativa, emoção e visualidade.

➤ 2 OBJETIVOS

O principal objetivo do projeto é contribuir com a promoção da educação emocional desde a infância, apresentando uma proposta lúdica e sensível que estimule a auto regulação emocional, a escuta ativa e o diálogo sobre sentimentos. Diferente de obras que abordam emoções de forma superficial ou normatizada, Laluca propõe um mergulho poético e terapêutico nas vivências infantis, incentivando crianças, educadores e famílias a ressignificarem experiências emocionais, inclusive as difíceis.

➤ 3 PÚBLICO-ALVO

Crianças de 3 a 12 anos, professoras da Educação Infantil e dos Anos Iniciais, psicólogas/os escolares, terapeutas ocupacionais, fonoaudiólogas/os, psicopedagogas/os e familiares.

➤ 4 ETAPAS DE PRODUÇÃO

A pré-produção do livro “Laluca e o Baú das Emoções” iniciou-se com a construção do enredo e dos personagens, profundamente inspirados nas vivências clínicas e pedagógicas da autora com crianças de diferentes contextos. As emoções e comportamentos observados no cotidiano escolar e nos atendimentos psicológicos forneceram a base para a criação de cenas emocionalmente significativas, que dialogam com o universo infantil de forma sensível e acessível.

A produção artística envolveu a pintura manual de todas as cenas com a técnica de aquarela sobre papel de alta gramatura (300g/m²), o que permitiu a aplicação de texturas e efeitos orgânicos associados às sensações descritas na história. Além da aquarela, foram integradas colagens artesanais com materiais como miçangas e lantejoulas, representando elementos

simbólicos como o brilho da alegria ou a intensidade da raiva. Para enriquecer visualmente o universo emocional do livro, também foram utilizadas técnicas com sal e sacolas plásticas, aplicada sobre tinta úmida para criar padrões únicos e espontâneos, remetendo ao dinamismo das emoções.

➤ **Figura 1**



Fonte: Arquivo pessoal.

➤ 5 RESULTADOS

O resultado é uma obra visualmente poética, com riqueza simbólica e emocional, capaz de instigar conversas significativas sobre o universo infantil. O livro é acompanhado de um manual de atividades, sugestões pedagógicas e um kit sensorial com carinhas e pulseiras aromáticas para estimular o cuidado e o autoconhecimento. A obra tem sido

utilizada em diversos contextos clínicos e pedagógicos, como rodas de conversa na Educação Infantil, oficinas com educadores e atendimentos psicológicos.

Crianças demonstraram forte identificação com a personagem e suas emoções, criando inclusive seus próprios “baús das emoções”. Educadores relataram que o livro facilitou o diálogo sobre sentimentos em sala de aula, e famílias compartilharam experiências de aproximação emocional com os filhos. O uso do kit sensorial também tem se mostrado eficaz como ferramenta de auto regulação emocional. Em várias escolas, surgiram “cantinhos das emoções” inspirados no livro, fortalecendo o vínculo entre arte, escuta e desenvolvimento emocional.

➤ **Figura 2**



Fonte: Arquivo Pessoal.

➤ 6 RELATO DA EXPERIÊNCIA PESSOAL

Escrever e ilustrar “Laluca e o Baú das Emoções” foi, para mim, um exercício de amor e escuta. Levei para o papel as histórias que ouvi de muitas crianças que atendi em contextos clínicos e escolares. Acredito que arte e literatura podem ser pontes para um mundo emocionalmente mais saudável. Transformar essas vivências em uma obra acessível e afetuosa, que permita que outras infâncias sejam acolhidas e reconhecidas, foi minha maior motivação.

➤ Figura 3



Fonte: Arquivo pessoal.

➤ Figura 4



Fonte: Arquivo pessoal.

➤ REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Infantil**.

CASEL. **The State of Social and Emotional Learning 2023**. Collaborative for Academic, Social, and Emotional Learning, 2023.

CARVALHO, R. S. **Escuta e participação em uma pesquisa etnográfica com crianças na Educação Infantil**. Linhas Críticas (ONLINE), v. 29, p. 01-20, 2023.

DAMASIO, A. **Sentir e Saber**: As origens da consciência. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.

FELIPE, J.; GUIZZO, B. S.; ROSA, C. **Infâncias e Temas Sensíveis**. 1ª ed. Porto Alegre: Cirkula, 2024.

FOUCAULT, M. **A arte neoliberal de governar e a Educação**. São Paulo: Intermeios, 2018.

FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

IMMORDINO-YANG, M. H.; DARLING-HAMMOND, L. **Nurturing nature**: How brain development is inherently social and emotional, and what this means for education. *Educational Psychologist*, v. 54, n. 3, p. 185-204, 2019.

MEYER, D. E.; PARAÍSO, M. A. **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2012.

NOVAK, J. D.; GOWIN, B. **Aprender a aprender**. 2. ed. Lisboa: Plátano, 1996.

SANTOS, L. H. S.; KARNOPP, L. B.; WORTMANN, M. L. C. **O que são Estudos Culturais hoje?** São Paulo: Pimenta Cultural, 2022.

TEBALDI, L. R.; CARVALHO, R. S. **As crianças e suas performances na produção de narrativas orais na pré-escola**. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, v. 104, p. e5604, 2023.

VYGOTSKY, L. S. **Pensamento e Linguagem**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ZIMMERMAN, B. J. **Investigating self-regulation and motivation**: historical background, methodological developments, and future prospects. *American Educational Research Journal*, v. 45, n. 1, p. 166-183, 2008.

✦ AUTORIA

¹Caroline Daronco Campos Romero Sanches é psicóloga (CRP 07/10336), pedagoga e licenciada em Ciências Biológicas. Especialista em Neuropsicologia, em Artes na Educação e em Gestão Educacional. Mestre em Psicologia pela Atitus Educação. Doutoranda em Atenção Integral à Saúde na Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ). É diretora da Escola Infantil Dentinho de Leite, com mais de 20 anos de experiência em práticas pedagógicas inovadoras, educação inclusiva e promoção do desenvolvimento socioemocional. Desenvolve projetos que integram arte, literatura infantil e psicologia, com enfoque na escuta sensível das infâncias. Vencedora do Prêmio Sylvia Leser de Mello (CFP, 2024) por práticas inovadoras em Psicologia. É autora e ilustradora do livro “Laluca e o Baú das Emoções”.



✦ FOLCLORIZANDO: OS CONTOS DO CAMALEÃO

FOLCLORIZANDO: TALES OF THE CHAMELEON



✦Ana Lia
Suriano Godoy¹

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

✦Isadhora Fabíola
Marques Coelho²

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

✦Laura Gutheil
Bayer³

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

✦Lívia de Oliveira
Cristino⁴

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

✦Vitória
Corrêa Brum⁵

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

Resumo: O presente relato traz um relato de experiência da produção e aplicação de audiolivros produzidos para a disciplina de Projeto Experimental em Educação do curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria. Aborda os processos de criação, pré-produção, produção e pós-produção de três audiolivros sobre o folclore brasileiro que foram introduzidos em turmas do sexto ano de uma escola fundamental.

Abstract: This reports presents on the experience of producing and implementing audiobooks for the Experimental Project in Education class of the Editorial Production course at the Federal University of Santa Maria. It addresses the processes of creation, pre-production, production and post-production of three audiobooks on brazilian folklore that were introduced to sixth grade classes at an elementary school.

Palavras-chave: Audiolivro; Folclore; Educação.

Keywords: Audiobook; Folklore; Education.

➤ 1 OBJETIVOS

“Folclorizando: os contos do camaleão”, foi um projeto de educomunicação produzido durante a disciplina de Projeto Experimental em Educação, em 2023, pelas egressas do curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria. Este projeto constitui-se na criação de três audiolivros de histórias do folclore brasileiro, sendo eles: Saci Pererê, Curupira e Iara. O material foi produzido integralmente pelas alunas.

Baseando-se na leitura de “Educação: um Tesouro Para Descobrir”, relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI, que afirma que “a educação deve, pois, procurar tornar o indivíduo mais consciente de suas raízes, a fim de dispor de referências que lhe permitam situar-se no mundo, e deve ensinar-lhe o respeito pelas outras culturas” (UNESCO, 2010, p. 48). O projeto teve como objetivo o resgate cultural, estímulo à criatividade e à autoria, dando oportunidade ao público infantil de não apenas conhecer as lendas e mitos nacionais, como também contribuir com a sua própria visão. Portanto, pedimos que as crianças fizessem desenhos dos

momentos que mais gostaram das narrativas ou criassem novos personagens usando sua criatividade.

Tendo em vista o objetivo geral do projeto, os objetivos específicos foram: (A) auxiliar o público pré-adolescente a compreender lendas e mitos nacionais; (B) permitir que esse público contribua com a sua imaginação e criatividade; (C) criar um momento lúdico e descontraído em sala de aula.

➤ 2 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do projeto são estudantes entre 10 e 12 anos e demais pessoas que podem se interessar pela base do projeto (os audiolivros) e desejarem desenvolver maneiras variadas de aplicá-lo, sendo ele um recurso educacional aberto (REA).

➤ 3 ETAPAS DE PRODUÇÃO

Para a criação deste REA, foram divididas etapas de pré-produção, produção e pós-produção. Na primeira etapa, as autoras desenvolveram os textos a serem gravados, assim como entraram em contato com o estúdio de gravação a ser utilizado (Estúdio 21/FACOS - UFSM). Para a produção dos audiolivros, foram feitas 8 diárias para gravação dos áudios,

e como pós-produção, a edição dos audiolivros, utilizando efeitos sonoros no software *Adobe Premiere* e disponibilizando os arquivos no *Spotify*⁶.

➤ 4 RESULTADOS E RELATO DAS AUTORAS

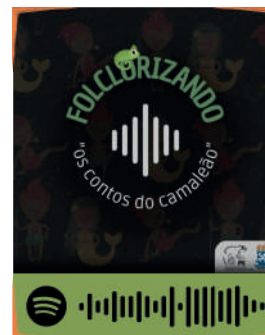
Sendo um projeto de extensão, ele foi aplicado em parceria com a Escola Municipal de Ensino Fundamental Irmão Quintino, especificamente com turmas do sexto ano, em razão da proximidade com uma das professoras da instituição. A aplicação ocorreu em encontros individuais com cada turma, durante um de seus períodos de aula, contando com o auxílio da professora responsável.

Foi realizada uma breve explicação sobre o projeto para os alunos, para que em seguida pudessem ouvir as histórias e expressar por meio de desenhos o que compreenderam. Foi perceptível o interesse e divertimento por parte dos estudantes, que ouviram atentamente as histórias e produziram suas ilustrações enquanto conversavam uns com os outros, tendo um momento lúdico e descontraído na sala de aula, atingindo

um dos objetivos que tínhamos com esse projeto.

A produção do projeto, desde sua criação até a aplicação, foi uma oportunidade de experienciar um projeto educacional na prática, podendo também trabalhar com produtos sonoros.

➤ **Figura 1:** Código do Spotify do projeto



Fonte: Arquivo Pessoal.

⁶Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2JgcFrihnFIW7Wle5urL8p?si=6c1074e65f234fbe>.

➤ REFERÊNCIAS

UNESCO. **Educação**: Um tesouro para descobrir. Relatório da Comissão Internacional sobre educação para o século XXI. Brasil: 2010. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000109590_por. Acesso em: 10 nov. 2023.

GODOY, Ana Lia Suriano. COELHO, Isadhora Fabíola Marques. BAYER, Laura Gutheil. CRISTINO, Livia de Oliveira. CORRÊA, Vitória Brum. **Folclorizando**: os contos do camaleão. Spotify. 2023. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2JgcFrihnFIW7Wle5urL8p?si=6c1074e65f234fbe>. Acesso em: 04 maio 2025.

➤ AUTORIA

¹**Ana Lia Godoy** é bacharela em Comunicação Social – Produção Editorial, UFSM. E-mail: analiagodoysuriano@gmail.com.

²**Isadhora Fabíola Marques Coelho** é bacharela em Comunicação Social – Produção Editorial, UFSM. E-mail: isadhoacoelho@acad.usm.br.

³**Laura Gutheil Bayer** é bacharela em Comunicação Social – Produção Editorial, UFSM. E-mail: lauragutheilb@gmail.com.

⁴**Livia de Oliveira Cristino** é mestranda em Comunicação, UFSM. E-mail: liviaedeoliveiracristino@gmail.com.

⁵**Vitória Côrrea Brum** é bacharela em Comunicação Social – Produção Editorial, UFSM. E-mail: vitoriabrum133@gmail.com.





» VIVÊNCIA SÁFICAS: UMA BREVE ANÁLISE DA REPRESENTATIVIDADE EM TRÊS EXPOENTES DA LITERATURA INDEPENDENTE CONTEMPORÂNEA DE AUTORIA FEMININA BRASILEIRA

SAPPHIC EXPERIENCES: A BRIEF ANALYSIS OF REPRESENTATION IN
THREE EXPONENTS OF CONTEMPORARY INDEPENDENT LITERATURE BY
BRAZILIAN FEMALE AUTHORS

»Valentina De David
Antônio Sperandio¹

Universidade Federal
De Santa Maria
(UFSM)

Resumo: Este artigo analisa a representatividade de narrativas sáficas em três expoentes da literatura independente contemporânea de autoria feminina brasileira. A metodologia baseia-se na análise das protagonistas e em entrevistas com as autoras G.B Baldassari, Mary Dionisio e Yasmin Mahamud Kader, abordando como suas obras ampliam a visibilidade de afetos e vivências sáficas. A partir de uma perspectiva interseccional, evidencia-se a potência da literatura independente como espaço de acolhimento, diversidade e afirmação identitária, ressaltando a autorrepresentação como resistência e transformação social.

Palavras-chave: Literatura sáfica; Autoria feminina; Representatividade; Literatura independente.

Abstract: This article analyzes the representativeness of sapphic narratives in three examples of contemporary independent literature written by Brazilian women. The methodology is based on an analysis of the protagonists and interviews with authors G.B Baldassari, Mary Dionisio and Yasmin Mahamud Kader, looking at how their works increase the visibility of Sapphic affections and experiences. From an intersectional perspective, it highlights the power of independent literature as a space for welcoming, diversity and identity affirmation, emphasizing self-representation as resistance and social transformation.

Keywords: Sapphic literature; Female authorship; Representation; Independent literature.

➤ 1 INTRODUÇÃO

A princípio, é imprescindível entender que o mercado editorial brasileiro teve início a partir da chegada da família real portuguesa ao território brasileiro, no ano de 1808, e nesse mesmo momento, foi publicada a obra de Tomás Antônio Gonzaga, intitulada *Marília de Dirceu*. A partir desse marco, iniciou-se o desenvolvimento de um mercado editorial que proporcionou a inserção lenta e gradual de mulheres autoras, uma vez que estavam inseridas em uma sociedade patriarcal, apesar disso as pioneiras foram Maria Firmina dos Reis, com a obra *Úrsula* em 1859, e Narcisa Amália de Oliveira Campos, com a obra *Nebulosas* em 1872.

Já na atualidade, as editoras independentes e a autopublicação vêm se consolidando como alternativas viáveis para autores que buscam maior autonomia e diversidade em suas produções. Nesse contexto, essas novas plataformas têm possibilitado a publicação de obras que ampliam a representatividade, especialmente para mulheres, negros e LGBTQIA+. Assim, esta pesquisa busca compreender como a literatura de autoria feminina tem influenciado o mercado editorial

brasileiro, destacando a importância da autorrepresentação na construção de novas narrativas.

A análise focou em três obras de autoras que retratam protagonistas femininas, utilizando entrevistas semi-estruturadas para explorar as perspectivas das escritoras sobre suas próprias produções e os desafios enfrentados. Portanto, no estudo foi aplicada a técnica de entrevista para obter um aprofundamento da visão das autoras sobre cada narrativa selecionada para a análise. Assim, espera-se que seja possível reconhecer as dinâmicas estabelecidas pelas autoras contemporâneas ao escreverem personagens semelhantes às suas vivências como mulheres no século XXI.

Para isso, estabelece-se que o problema de pesquisa é compreender como as representações femininas na literatura brasileira evoluíram, levando em consideração as transformações nas dinâmicas de gênero, a construção das narrativas e a forma como as autoras retratam personagens femininas, especialmente no contexto da literatura sáfica. Esse nicho da literatura explora a relação amorosa ou sexual entre mulheres, já o termo sáfico tem origem da poetisa grega, Sáfis de

Lesbos, conhecida por seus poemas que representavam o amor entre mulheres.

Já os objetivos desta pesquisa buscam compreender como as representações femininas na literatura brasileira independente refletem e dialogam com as transformações nas dinâmicas de gênero, considerando os contextos históricos, sociais e culturais que influenciam a construção de narrativas e personagens. O objetivo geral é compreender como escritoras brasileiras de literatura sáfica se autorrepresentam como personagens femininas.

Para alcançar esse objetivo geral, foram selecionadas três autoras brasileiras, cada uma com uma obra escolhida para análise. As obras apresentam protagonistas femininas cujas características e trajetórias permitam uma investigação das nuances da construção narrativa, já que a análise buscará destacar como essas personagens são representadas de forma complexa, fugindo de estereótipos e explorando novos modelos de subjetividade feminina.

Outro objetivo é explorar as influências e os processos criativos das autoras selecionadas por meio de entrevistas semi-estruturadas. Essas entrevistas serão

cruciais para compreender as motivações das autoras, suas perspectivas sobre autor-representação e como suas experiências pessoais influenciam a criação das personagens. Além disso, a pesquisa examinará como a autorrepresentação atua como estratégia de resistência literária, desafiando normas patriarcais e ampliando a diversidade na literatura brasileira. Por fim, será investigado o impacto da literatura independente na ampliação da representatividade feminina, especialmente em narrativas que abordam identidades LGBTQIA+, como a literatura sáfica.

Para além, a relevância desta pesquisa está em sua capacidade de ampliar o entendimento sobre as transformações das representações femininas na literatura brasileira, com foco na literatura sáfica. Com isso, esse estudo não apenas enriquece o panorama acadêmico, mas também dialoga com questões sociais contemporâneas, como igualdade de gênero, diversidade e inclusão.

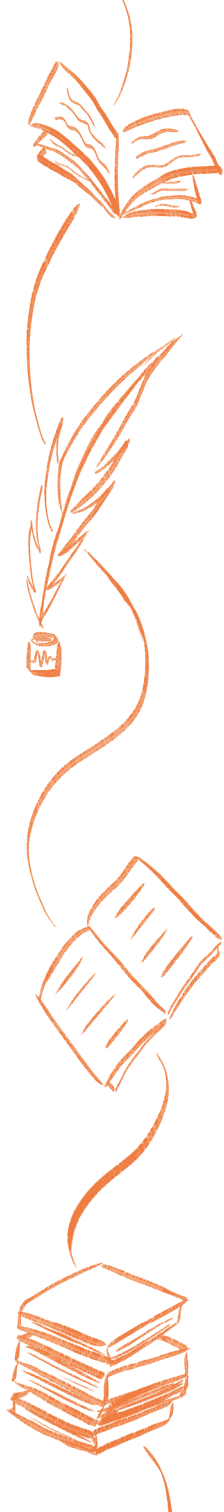
➤ 2 METODOLOGIA

Como proposta metodológica, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com três autoras da literatura independente

contemporânea, a partir de um roteiro composto por 14 perguntas, que podem ser compreendidas na seguinte tabela:

Objetivos	Perguntas
Conhecer mais da trajetória das autoras	- Para iniciar, pode falar brevemente sobre você, sua história como pessoa e autora
Explorar o entendimento das autoras sobre a autorrepresentação femininas nas suas obras	- Como você define a auto representação feminina em sua escrita?
	- De que maneira você acredita que suas obras contribuem para a diversidade de representação das mulheres na literatura brasileira?
	- Você percebe mudanças na sua visão sobre autorrepresentação ao longo da sua carreira/evolução como escritora?
Investigar a importância social da representação feminina na literatura, segundo as autoras	- Você acredita que a autorrepresentação feminina na literatura tem um papel relevante?
	- Como você vê o impacto das suas personagens femininas na sociedade?
	- Você percebe mudanças na sua visão sobre autorrepresentação ao longo da sua carreira/evolução como escritora?
Entender o processo criativo e as inspirações para a criação de personagens femininas	- O que inspira você na criação de personagens femininas?
	- Há personagens específicas que foram baseadas em experiências ou pessoas reais?
	- Quais qualidades ou características você considera essenciais ao escrever uma personagem feminina autêntica?
Analisar a experiência de ser uma mulher escrevendo sobre mulheres e para mulheres	- Você sente que sua perspectiva como mulher influencia sua escrita? De que forma?
	- Como é, para você, ser uma mulher escrevendo sobre mulheres?
	- Ao escrever para um público feminino, você adapta sua narrativa ou considera questões que poderiam ser diferentes ao escrever para outro público?
Investigar a visão das autoras sobre o futuro da literatura feminina no Brasil	- Como você enxerga o futuro da literatura feminina no Brasil?

Fonte: Elaborado pela autora. (2025)



Segundo Duarte (2005), as entrevistas semi-abertas permitem uma abordagem flexível, onde o entrevistador pode adaptar as perguntas conforme o andamento da conversa, possibilitando uma investigação mais profunda das temáticas abordadas.

Além disso, a escolha das autoras foi baseada em alguns critérios: como autoras que tivessem suas obras disponíveis no *Kindle Unlimited* (modalidade de assinatura da Amazon que disponibiliza diversos títulos digitais gratuitos para os assinantes); obras que retratassem casais sáficos, ou seja, com envolvimento entre duas mulheres, e também pela afinidade pessoal com as narrativas. Desse modo, as entrevistas foram realizadas no mês de outubro de 2024, com as autoras G.B. Baldassari (Gisele e Bruna), Yasmin Mahamud Kader e Mary Dionisio, via Google Meet, e foram muito enriquecedoras para esse estudo, já que foi possível compreender como elas enxergam o seu papel como escritoras, mulheres e ainda mais como representantes dentro da comunidade LGBTQIA+.

Nesse contexto, compreende-se que elas compartilham um grande objetivo comum: escrever histórias que as representem de forma genuína e que ofereçam

às suas leitoras a possibilidade de se reconhecerem. Em suas entrevistas, as autoras destacam que a decisão de produzir literatura sáfica não surgiu apenas como uma escolha estética ou comercial, mas como uma necessidade de preencher lacunas deixadas por uma literatura que historicamente inviabilizou mulheres lésbicas.

Na sequência, para compor o desenvolvimento da pesquisa, foram selecionadas três obras de autoras contemporâneas para serem analisadas: “A princesa e o Capuccino”, de G.B. Baldassari, “Amor entre linhas”, de Mary Dionisio, e “Nem todos os beijos tem gosto de inverno”, de Yasmin Mahamud Kader. Nesse sentido, vale ressaltar que todas as obras se enquadram na categoria de romance e trazem assuntos contemporâneos, sendo assim, foram escolhidas para compor esse trabalho porque trazem diferentes tipos de representatividade, com temáticas como relacionamentos sáficos, mulheres no esporte, heterossexualidade compulsória, homofobia nas relações familiares, representatividade de regionalismos, entre outros.

Com isso, a primeira obra analisada foi “A Princesa e o Capuccino”, escrita por G.B. Baldassari, casal que se dedica à

produção de comédias românticas sáficas com foco em representatividade. Dessa forma, o livro conta a história de Laura, uma jovem que decide tirar um dia de folga e, ao conhecer Clara em uma padaria, embarca com ela em uma aventura pela serra gaúcha. Durante a narrativa, surgem reviravoltas envolvendo conflitos familiares e a sua sexualidade, trazendo à tona reflexões sobre heterossexualidade compulsória e aceitação familiar. Assim, a dupla destaca-se por retratar relacionamentos entre mulheres de forma positiva, afastando-se de narrativas trágicas e promovendo histórias alegres, com finais felizes. Além disso, valorizam cenários brasileiros, especialmente do sul do país, contribuindo para a valorização de identidades regionais e a quebra de estereótipos de gênero e sexualidade.

Para a segunda análise, foi selecionada a obra “Amor entre linhas”, de Mary Dionisio, uma jovem escritora carioca. O livro, lançado em 2023, narra o reencontro de duas jogadoras de futebol, Clara, brasileira, e Olivia, holandesa, durante a Copa do Mundo Feminina. Além do romance sáfico entre as protagonistas, a narrativa aborda temas como desigualdade de gênero no esporte, invisibilização

de afetos lésbicos e a cobrança excessiva sobre mulheres, especialmente negras e LGBTQIA+. Ainda, a autora destaca a importância de criar personagens reais e imperfeitas, que desafiem estereótipos e dialoguem com a complexidade da vida. Ademais, a rivalidade saudável entre Clara e Olivia contrapõe a visão tradicional de competição entre mulheres, reforçando a sororidade entre as jogadoras e as seleções. A obra, portanto, insere-se num movimento de resistência literária, reafirmando o direito das mulheres, especialmente das jovens autoras, de ocuparem espaço na literatura com histórias plurais, afetivas e politicamente relevantes.

Por fim, a terceira obra analisada foi “Nem todos os beijos têm gosto de inverno” (2022), de Yasmin Mahamud Kader, um romance sáfico ambientado no interior do Rio Grande do Sul no final dos anos 2000. De forma sensível, a obra trata sobre temas complexos como luto, depressão, abuso, abandono e traumas, sem romantizá-los. Além do mais, a construção das personagens femininas é realista e distante de estereótipos, valorizando suas falhas e processos de amadurecimento. Ao unir representatividade, regionalismo e emoção, a obra

se destaca como um exemplo potente da literatura independente contemporânea produzida por mulheres.

✦ 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou como a autor-representação tem se consolidado como uma prática central na literatura feminina contemporânea brasileira, funcionando tanto como expressão identitária quanto como resistência social e política. A partir da trajetória histórica da literatura de autoria feminina no Brasil, desde Maria Firmina dos Reis até as escritoras atuais, observou-se que a escrita sempre esteve vinculada à luta por visibilidade, justiça social e igualdade. Por consequência, as entrevistas com G.B. Baldassari, Yasmin Mahamud Kader e Mary Dionisio reforçaram esse panorama, ao evidenciar como suas narrativas se baseiam em experiências pessoais e coletivas, dialogando com o conceito de escrevivência elaborado por Evaristo (2020), termo cunhado pela autora em meados dos anos 1994, quando estava realizando a sua dissertação de mestrado; ela afirma que a palavra surge da união de outros três termos, “escrever”, “viver” e “se ver”, que culminou em “escrevivência”, ou seja, escrever sobre as suas

próprias vivências, de forma que a vivência se transforme em voz e legado.

Além disso, destacou-se a importância da literatura independente como espaço de autonomia criativa e representatividade. Em um mercado editorial historicamente marcado por exclusões, a autopublicação e o uso de plataformas digitais têm permitido às autoras alcançar novas leitoras e narrar histórias que rompem com estereótipos e silenciamentos, especialmente de mulheres negras, lésbicas e de diferentes regiões do país. Nesse contexto, a autorrepresentação mostra-se como um instrumento de transformação, capaz de ampliar o repertório literário nacional e contribuir para uma literatura mais inclusiva, diversa e comprometida com a valorização das múltiplas vozes femininas.

➤ REFERÊNCIAS

BALDASSARI, G.B. **A princesa e o cappuccino**. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Princesa-Cappuccino-G-B-Baldassari-ebook/dp/B0CK8DWJBS>. Acesso em: 1 dez. 2024.

DIONISIO, Mary. **Amor entre linhas**. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Amor-Entre-Linhas-conto-Maryverso-ebook/dp/B0CFZP26FR>. Acesso em: 1 dez. 2024.

ITAÚ SOCIAL. **Conceição Evaristo**: a escrevivência serve também para as pessoas pensarem. Disponível em: <https://www.itausocial.org.br/noticias/conceicao-evaristo-a-escrevivencia-serve-tambem-para-as-pessoas-pensarem/>. Acesso em: 1 dez. 2024.

KADER, Yasmin. **Nem todos os beijos têm gosto de inverno**. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Nem-todos-beijos-gosto-inverno-ebook/dp/B0BL1GNH1W>. Acesso em: 1 dez. 2024.

➤ AUTORIA

Valentina De David Antônio Sperandio é bacharela, Comunicação Social - Produção Editorial, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: valensperandio@gmail.com.



✦ DA LAGARTA A BORBOLETA: CASE EDITORA CRISÁLIDA

FROM THE CATERPILLAR TO THE BUTTERFLY: A CASE OF THE EDITORA CRISÁLIDA



✦ **Mar Rodrigues
Fonseca¹**

Centro Federal de
Educação Tecnológica
(CEFET-MG)

✦ **Lucas Braga
dos Anjos²**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: A Editora Crisálida é uma jovem e relevante iniciativa brasileira, nascida no ambiente acadêmico e consolidada através do financiamento coletivo. Posiciona-se fortemente como uma editora engajada socialmente, priorizando a bibliodiversidade e dando voz a autores marginalizados e diversos, especialmente em pautas LGBTQIA+, antirracistas e anticapacitistas. Sua mudança para Belo Horizonte e foco em autores de várias regiões evidenciam seu compromisso com a descentralização cultural. É um exemplo de editora que coloca valores de transformação e acolhimento no centro de seu modelo de negócios.

Palavras-chave: Bibliodiversidade; Editora; Independente

Abstract: Editora Crisálida is a young and relevant Brazilian initiative, born in the academic environment and consolidated through crowdfunding. It positions itself strongly as a socially engaged publisher, prioritizing bibliodiversity and giving voice to marginalized and diverse authors, especially on LGBTQIA+, anti-racist and anti-ableist issues. Its move to Belo Horizonte and focus on authors from various regions demonstrate its commitment to cultural decentralization. It is an example of a publisher that places values of transformation and acceptance at the center of its business model.

Keywords: Bibliodiversity; Publishing house; Independent.

A Editora Crisálida, fundada em janeiro de 2023, na cidade de Santa Maria, pelos então graduandos de Comunicação Social – Produção Editorial, Lucas Braga e Mar Fonseca, com o objetivo principal de publicar o livro *Populário LGBTQIA+: vivências, narrativas e laços* (2023)³, como resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de ambos. O objetivo da editora com a publicação do livro era fazer com que, embora fosse resultado de um TCC, circulasse no mercado, para isso selecionamos o financiamento coletivo no Catarse⁴, para um crucial posicionamento como casa editorial e validação do público.

Após o sucesso do financiamento e o lançamento do primeiro livro da editora, o trabalho, então, tornou-se criar uma marca que pudesse se conectar com o um público além do alcançado com o *Populário LGBTQIA+*. Como tornar a Editora Crisálida mais do que um projeto de conclusão de curso? O primeiro passo foi a missão da editora: “espaço onde os originais chegam a nós para serem trabalhados (lagarta) passam por um processo de transformação (crisálida) e se tornam

lindas obras (borboletas).” (Anjos; Fonseca, 2023, p.15). Com essa definida passamos para as características visuais, concebendo uma logo que é uma “borboleta formada por quatro cristais em cores inspiradas na bandeira trans.” (Anjos; Fonseca, 2023, p.15). Esses dois pilares resultaram no slogan da editora, que norteia desde o recebimento dos originais à publicação: “O casulo onde originais incríveis tomam forma e voam para novas estantes”. Assim, nossa ideia com a editora é abraçar processos de transição, acolher o diferente e ser um espaço seguro para autores nacionais se inserirem no mercado.

Com as definições iniciais, voltamos nossos esforços para as redes sociais, imprescindível para a construção de uma marca com presença tão atrelada ao digital. Com diversos posts fixos e *reels* no Instagram, sem contar o trabalho diário nos *stories*, utilizamos as ferramentas necessárias para transmitir ao público-alvo uma mensagem clara: que a Editora Crisálida como editora independente se importa e luta por narrativas com questões sociais, como da comunidade LGBTQIA+ e

³Seu processo de criação está descrito no Trabalho de Conclusão de curso dos autores, intitulado *Espaços de representação - a construção do livro Populário* (2023). Ver Anjos e Fonseca (2023)

⁴Plataforma de financiamento coletivo adotada pelos autores.

pautas antirracistas e anticapacitista. Isso tudo reflete os valores da marca ao nosso público e reforça a conexão que pretendemos criar.

Passado o lançamento do *Populário LGBTQIA+: vivências, narrativas e laços* (2023) e as reuniões de definições de missão e valores da marca, tivemos um breve hiato de seis meses, no qual nós dois debatemos como organizaríamos nossas publicações e como o nosso processo editorial se distinguiria e se distanciaria de outras editoras presentes no mercado. Com novas ideias e muito planejamento, em janeiro de 2024 planejamos um retorno com o lançamento de *Depois da Bruma* e ao longo do mesmo ano lançamos *O Último Dia* e *Escrito Autista*.

O fluxo tímido de lançamentos nos ajudou a organizar não só os lançamentos em si, mas um grupo conciso de profissionais que prestam serviços para a editora, com o intuito de darmos vida a livros potentes e muito bem cuidados e trabalhados. Esse time consiste em advogadas, revisoras, leitores betas e ilustradores que, dependendo do projeto, integram o time junto a Mar e Lucas na Editora Crisálida. Apesar dessas construções lentas e graduais, criamos o planejamento de 2025

com muito empenho em ampliar a quantidade de livros publicados, dessa forma, nove livros estão previstos para serem lançados. Dos quais *Distante*, um livro em financiamento coletivo que ajudou com doações às escolas afetadas pelas chuvas no Rio Grande do Sul em 2024, e *Omelete: O Hamlet da ZN* já foram lançados. Além deles, *lugar nenhum* foi anunciado para junho de 2025 e dois livros do autor santamariense, egresso de Produção Editorial, Denys Schmitt, estão programados para o segundo semestre.

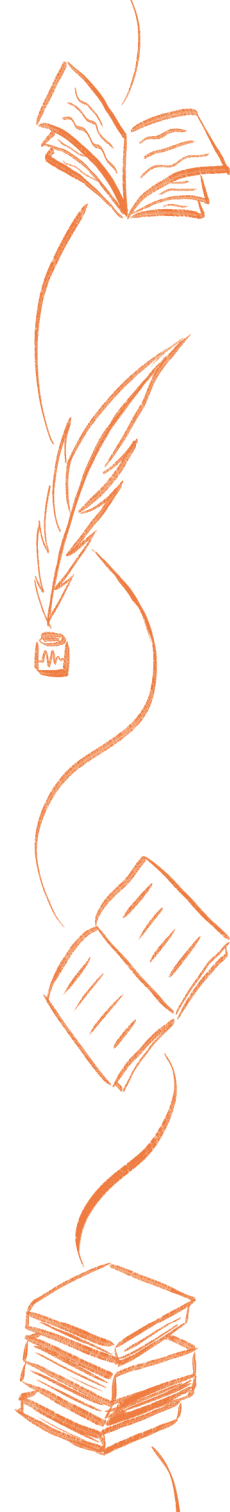
Todos os nossos livros de alguma forma trabalham para a diversidade ou mudanças sociais, conforme nossa missão editorial. *Depois da Bruma* (2024), com mulheres do século XIX e XX escrevendo fantasia; *O Último Dia* (2024), com mulheres pretas e lésbicas; *Escrito Autista* (2024), um manual anticapacitista; *Distante* (2025), um livro infantil com campanha de financiamento com o objetivo de viabilizar doações de livros às bibliotecas das escolas públicas do Rio Grande do Sul; *Omelete: O Hamlet da ZN* (2025), uma releitura de Hamlet para o público infantojuvenil que traz representações de pessoas negras; e *lugar nenhum* (2025), a representatividade de pessoas amarelas e nipo-brasileiras.

Com todos os processos de publicação bem definidos, julgamos que seria interessante e descentralizador do eixo Rio-São Paulo, mudamos nosso CNPJ que antes residia em São Paulo capital, para Belo Horizonte em Minas Gerais. Principalmente pelos movimentos culturais efervescentes na cidade, que reforçam uma cena que valoriza os produtos criados em BH, e por acreditarmos que como uma editora independente, temos uma missão social para além da publicação de livros, mas para a cultura e sociedade em ampla visão.

Atualmente, buscamos seguir criando o que a nossa missão defende: um espaço para autores nacionais e estreadores publicarem no mercado brasileiro sobre temas e gêneros literários diversos. Por isso nosso corpo de autores reforça a bibliodiversidade⁵, que é outro pilar muito importante para a Editora Crisálida, uma vez que, além de escreverem sobre vivências distintas com atravessamentos potentes, também reforçam a diversidade brasileira por serem de lugares diferentes. São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Minas Gerais, Brasília, Rio Grande do Sul, bem como autores

brasileiros que residem fora do país. Junto disso, buscamos profissionais que estejam alinhados aos nossos valores para compor o time crisálido que dará vida às nossas borboletas e que voarão para as estantes dos nossos leitores.

⁵Entendida a partir da Declaração Internacional dos Editores e Editoras Independentes (2014).



➤ REFERÊNCIAS

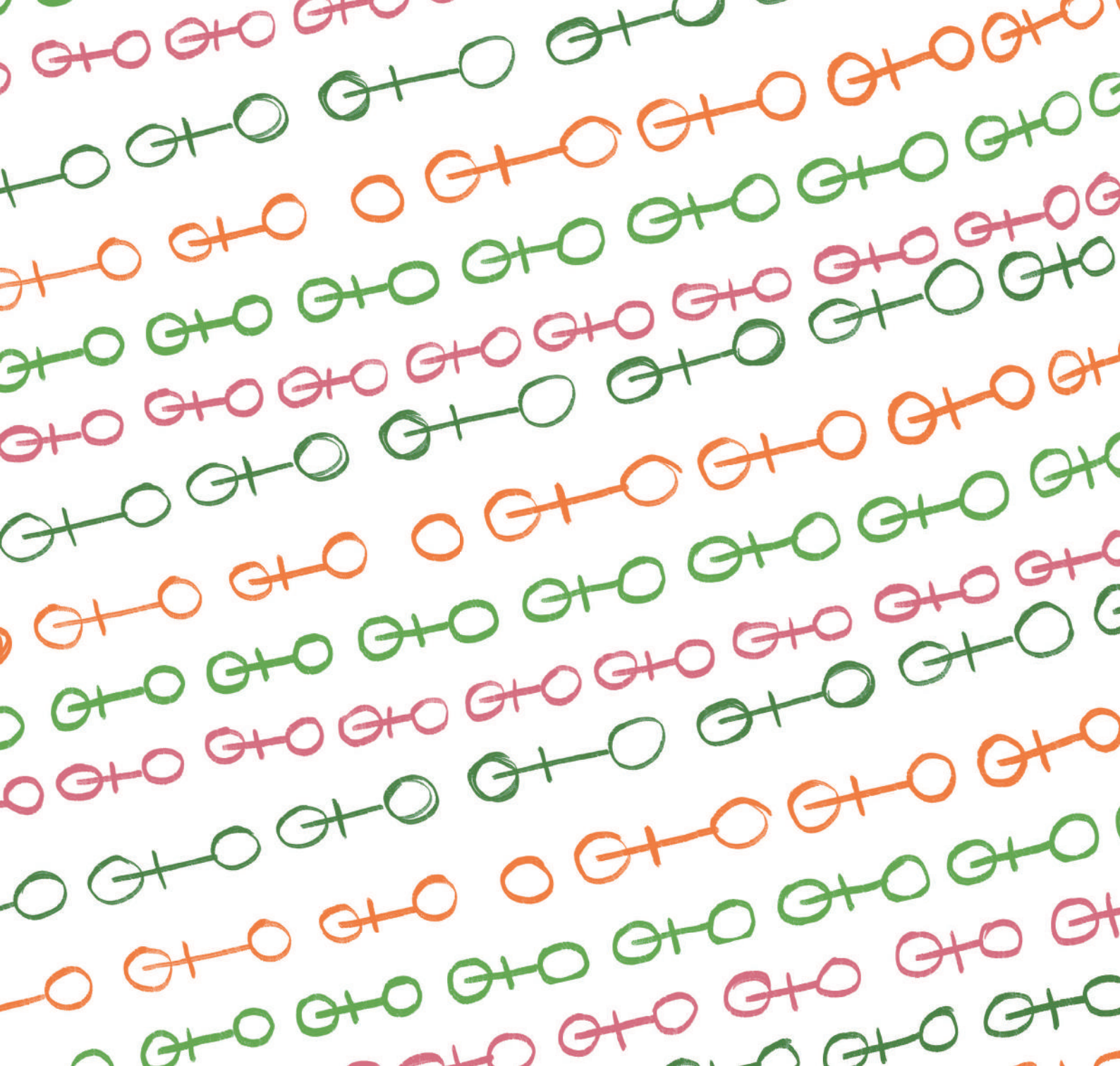
ALIANÇA INTERNACIONAL DE EDITORES INDEPENDENTES (org.). **Declaração Internacional de Editores e Editoras Independentes de 2014**: Para Juntos Mantermos Viva e Fortalecermos a Biodiversidade. 2014. Disponível em: https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/declaracao_internacional_dos_editores_e_editoras_independentes_2014_brazil.pdf. Acesso em: 27 de abr. 2023.

ANJOS, Lucas Braga dos; FONSECA, Mar. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Comunicação Social - Produção Editorial) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/29973>. Acesso em: 27 abr. 2025.

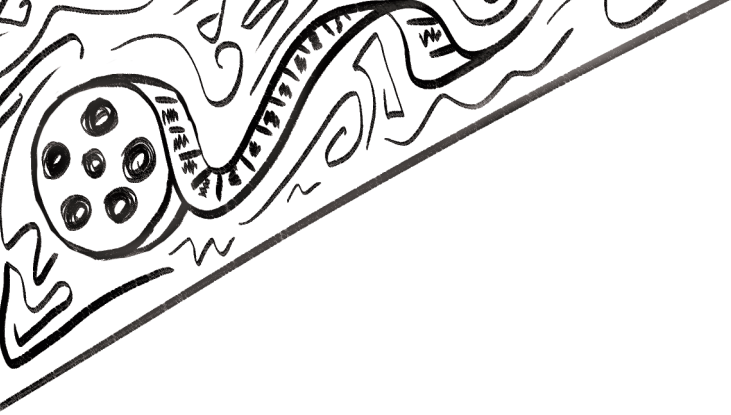
➤ AUTORIA

¹**Mar Rodrigues Fonseca** é mestrade, Estudos de Linguagens – Tecnologias da Edição, Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET-MG), Belo Horizonte, MG. E-mail: mar.rodrigues.fonseca@outlook.com.

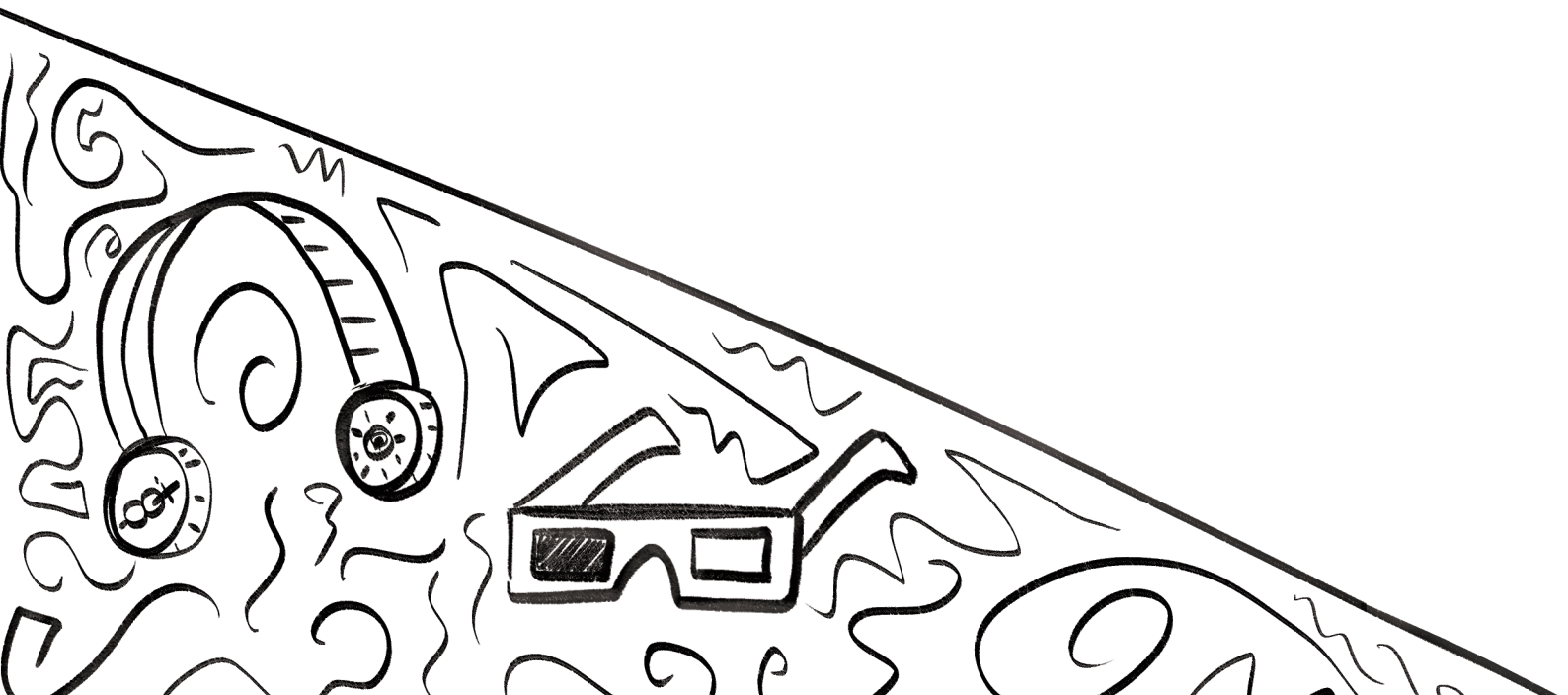
²**Lucas Braga dos Anjos** é bacharel, Comunicação Social – Produção Editorial, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, RS. E-mail: lucas.braga@acad.ufsm.br.

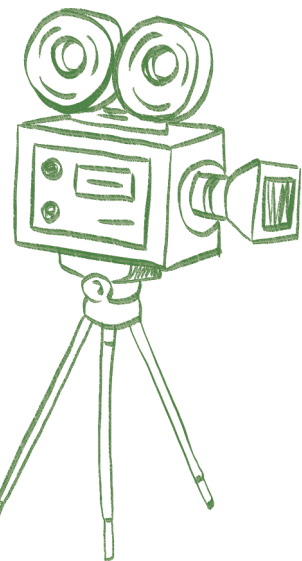






■ AUDIOVISUAL





■ BATE PAPO COM MÁRCIO ECHEVERRÍA



Márcio Echeverría, compositor, arranjador e sound designer. Formado em Música pela UFSM e ESMUC, foi premiado no Festival de Sitges. Atua em trilhas sonoras e colabora com artistas da cena musical de Santa Maria e do sul do Brasil.

■ O QI:

Nossa equipe editorial realizou pesquisas para fazer um levantamento de nomes que, de alguma forma, atuam e contribuem para o desenvolvimento dos campos de interesse da Produção Editorial e Comunicação Social de um modo geral, com isso, seu nome foi um dos citados, resultado das buscas e escolhido como uma referência. Como você chegou na área de atuação em que se encontra hoje?

Por que a escolheu? Quais os principais desafios em ser um profissional da sua área?

Márcio:

Minha trajetória começou cedo, estudando piano clássico no Instituto de Música de Bagé (IMBA), e também tocando em bandas durante o ensino fundamental e médio. Quando me mudei para Santa Maria para cursar Publicidade e Propaganda na UFSM, fui rapidamente

atraído pelo diálogo entre som e imagem. Foi dentro do curso de Comunicação que comecei meus primeiros testes compondo trilhas sonoras. Em 2004, ganhei o prêmio de melhor trilha no Festival de Vídeo e Cinema de Santa Maria e, a partir disso, resolvi mudar para o curso de Música.

Estudei Composição na UFSM e, depois, segui para a Escola Superior de Música da Catalunha (ESMUC), em Barcelona, onde concluí o mestrado em música para meios audiovisuais. Acho que escolhi essa área porque sempre me interessei pelo papel narrativo, expressivo e colaborativo do som junto à imagem, onde, a meu ver, a música ganha uma função muito especial.

Os principais desafios na composição para meios audiovisuais atualmente envolvem dominar um vocabulário amplo o suficiente para atender às demandas de projetos em formatos bem distintos, cada um exigindo uma escuta e uma postura diferentes. Também é preciso estar preparado, técnica e emocionalmente, para trabalhar com prazos apertados, equipes multidisciplinares e, muitas vezes, expectativas que não são ditas claramente.

■ O QI:

Nós, estudantes de Produção Editorial, fazemos parte de um núcleo muito maior: o da Comunicação Social, que engloba um universo de criações e oportunidades. A partir de suas experiências pessoais e profissionais, de que forma você enxerga a atuação da Comunicação Social no contexto social atual?

Márcio:

A Comunicação Social, para mim, organiza sentidos, articula afetos e constrói narrativas. Antes de estudar a fundo a música para os meios audiovisuais, tinha muito interesse acerca da ideia de fazer a música contar uma história. Ainda hoje, criar essa forma de comunicação que independe de palavras e imagens, mas que ainda assim toca, emociona e conduz o espectador, é algo que me desafia e motiva. Procuro usar melodias, estruturas harmônicas, texturas e ritmos como se fossem personagens que complementam a narrativa principal. Por isso, vejo a Comunicação Social como um universo onde vários elementos se comunicam: som, imagem, silêncio, interpretação, luz, etc. Nesse contexto, vejo o papel do compositor, como o de um comunicador e, por isso, as disciplinas e experiências

que obtive no curso de Comunicação Social complementam a minha formação enquanto músico compositor.

■ O QI:

Sua formação em música e trilha sonora parece ser uma base sólida para a diversidade do seu trabalho. De que maneira essa formação acadêmica influencia suas escolhas estéticas e técnicas na criação de trilhas para diferentes mídias, como cinema, games, animação e documentário? Você busca adaptar esses conhecimentos tradicionais à linguagem de cada projeto, ou há elementos que permanecem constantes em todas as obras?

Márcio:

A minha formação me deu uma base sólida no domínio dos parâmetros musicais como orquestração, harmonia, contraponto, arranjo e orquestração. Esses estudos ajudaram a definir minha linguagem musical. Também posso afirmar que a análise audiovisual (conhecer os conceitos ligados à imagem), foram norteadores para enfrentar as demandas em diversos formatos. Em cada projeto, seja um longa, um game ou uma animação, eu busco entender a linguagem própria da obra e do público a que se destina. Ao mesmo

tempo, levo comigo certos elementos constantes: gosto por texturas, uso narrativo de elementos musicais como objetos sonoros, e um certo hibridismo entre música de concerto e música popular.

■ O QI:

Você trabalhou em estúdios no Brasil e na Europa. Como essas experiências internacionais contribuíram para sua evolução como compositor e produtor musical? Houve diferenças significativas nas abordagens, tecnologias ou culturas de produção que impactam sua forma de pensar e realizar uma trilha sonora?

Márcio:

Na Europa, vivenciei uma estrutura mais consolidada para produções audiovisuais, com workflows bem definidos e uma valorização muito forte da música e do sound design como partes essenciais de cada projeto. Tive a oportunidade de trabalhar em produções que envolviam gravação orquestral e, com isso, aprendi na prática como funciona todo o fluxo de preparação de partituras e orquestração para gravação em estúdio — algo que, até então, eu ainda não tinha vivenciado com tanta profundidade no Brasil. Foi um momento de aprendizado intenso,

que impacta diretamente a forma como trabalho hoje.

Além disso, percebi o quanto a música brasileira é valorizada fora do país. Ela fazia parte da grade curricular em muitos cursos de música, o que me deu ainda mais segurança para assumir minha identidade artística e abraçar a minha bagagem brasileira nas minhas composições.

■ O QI:

O tema da Revista O QI desse ano é “Experimentação no Campo Editorial”, na qual estamos fazendo uma edição comemorativa dos 15 anos de Produção Editorial, buscando valorizar a criação e desenvolvimento de produtos e projetos no contexto do campo editorial, que servem não só de instrumentos para evolução da área, mas também dos alunos e futuros profissionais. Na sua formação profissional você teve a oportunidade de fazer experimentações, desenvolver protótipos e criar projetos que de alguma forma contribuíram para sua experiência profissional? Se sim, poderia dar algum exemplo do que foi desenvolvido e como isso te ajudou?

Márcio:

Com certeza. Tanto durante a graduação quanto no mestrado, tive a oportunidade

de experimentar bastante no campo da música eletroacústica. Desses experimentos, carrego até hoje várias técnicas, principalmente na criação de sons e timbres, além da concepção do som como objeto sonoro — um conceito do Pierre Schaeffer que me marcou muito.

Atualmente, meu principal espaço de experimentação é a TV Campus. Ali, dentro do contexto do documentarismo e de peças institucionais, tento explorar instrumentos alternativos e também criar ritmos e atmosferas a partir da própria fala dos entrevistados. Esse é um recurso que aplico em vários contextos.

■ O QI:

A Produção Editorial tem como mascote o camaleão, representando a capacidade de seus profissionais em se adaptar a diferentes contextos e realidades. Nos últimos anos temos vivenciado grandes mudanças, tanto na tecnologia, quanto nas áreas em que estamos inseridos, provocando nos profissionais desse campo a necessidade de aprimorar seus conhecimentos, habilidades e competências. Você acha que é possível se adaptar a essas mudanças? De que forma isso pode ser feito? Existem novos

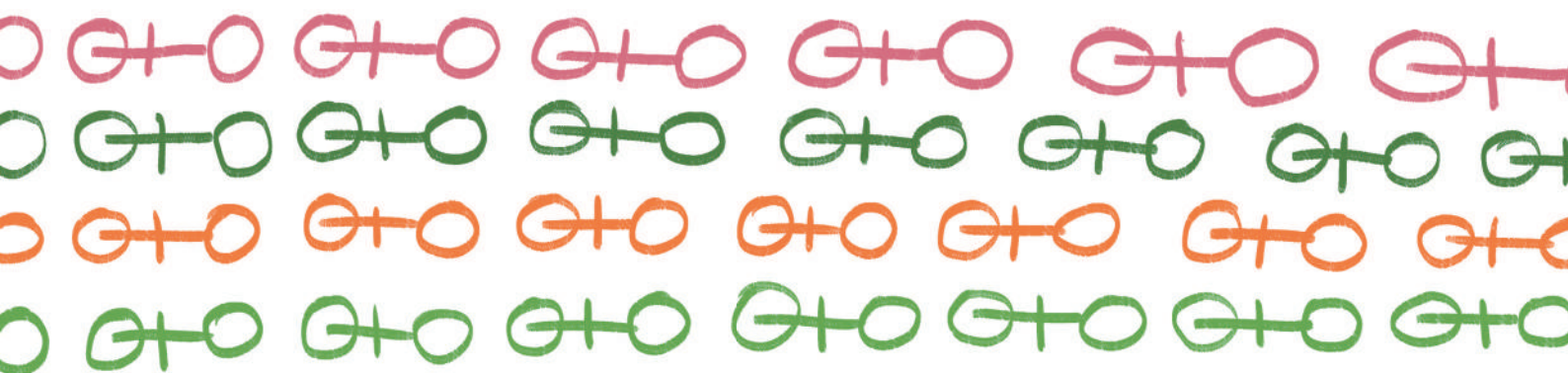


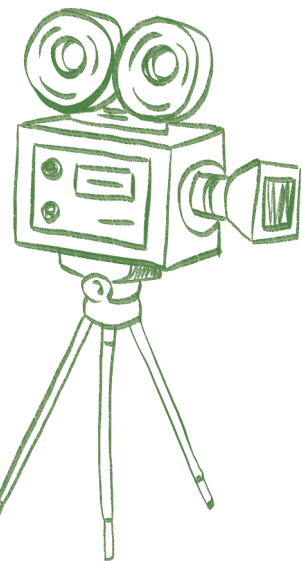
formatos, linguagens e/ou plataformas que os futuros - e atuais - comunicadores precisam conhecer?

Márcio:

Eu acho que é totalmente possível — especialmente para quem trabalha com tecnologia nas áreas criativas. No meu campo, por exemplo, o uso de tecnologias que simulam instrumentos reais no computador não é algo novo (já existe desde o século passado), mas vem evoluindo e se reinventando a cada ano. As ferramentas para produzir música interativa para games também seguem avançando, assim como as possibilidades do espaço sonoro — que antes se limitava ao estéreo e hoje inclui uma enorme variedade de setups multicanal, como surround e áudio imersivo.

As inteligências artificiais estão interferindo em praticamente todas as áreas, e com a música não é diferente. Mas ainda estão longe de substituir a criatividade humana. Pessoalmente, gosto de pensar na IA como um assistente: alguém que pode ajudar em tarefas repetitivas e técnicas, liberando mais tempo para o que realmente importa — o gesto artístico, sensível e comunicativo, que só o ser humano consegue imprimir em uma obra.





■ "MAÇÃ": PROJETO EXPERIMENTAL DE UM MÉDIA METRAGEM¹

"MAÇÃ": EXPERIMENTAL PROJECT FOR A MEDIUM-LENGTH FILM



■Aline Carla França dos Santos²

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: O projeto visa produzir um audiovisual ficcional, vivenciando as etapas da produção cinematográfica. "Maçã" acompanha a designer Ivy em uma investigação sobre um quadro de uma maçã proibido. Neste trabalho, recorre-se a Campos (2016), Comparato (2018) e Field (2001) no roteiro; Rodrigues (2007) e Marques (2007) na direção e produção; e Mascelli (2010) e Studio Binder (2022) na montagem. O relatório abrange desde a criação do roteiro até a pós-produção. Este trabalho permitiu experimentar a produção audiovisual, trazendo aprendizados e experiências únicas e consolidando ensinamentos adquiridos durante a graduação.

Palavras-chave: Média-metragem; Audiovisual; Roteiro; Direção; Produção; Montagem.

Abstract: The project aims to produce a fictional audiovisual, experiencing all stages of film production. "Maçã" follows Ivy as she investigates a painting of a forbidden apple. This work draws on Campos (2016), Comparato (2018), and Field (2001) for the script; Rodrigues (2007) and Marques (2007) for directing and production; and Mascelli (2010) and Studio Binder (2022) for editing. The report spans from scriptwriting to post-production. This project enabled hands-on experience with audiovisual production, offering valuable lessons and unique experiences while reinforcing the knowledge acquired during the bachelor's degree.

Keywords: Medium-length film; Audio-visual; Screenplay; Direction; Production; Montage.

■ 1 INTRODUÇÃO

O projeto experimental “Maçã” mergulha na potente e mágica área do audiovisual para criar um média-metragem que aborda uma história de suspense. A narrativa ficcional acompanha a designer Ivy, que se depara com o quadro de uma maçã proibido de ser tocado na agência na qual foi recentemente contratada e, intrigada, decide investigar o assunto.

O objetivo geral é produzir um audiovisual de ficção, vivenciando todas as etapas da produção cinematográfica. Os objetivos específicos são a criação de um roteiro original; a execução dos papéis de diretora e produtora; e a construção do filme através da montagem.

Este projeto foi motivado pelo anseio de vivenciar os processos criativos, práticos e teóricos de um produto audiovisual, desde a concepção à finalização. A autora atuou como roteirista, diretora, produtora e montadora. Neste trabalho, recorre-se a Campos (2016), Comparato

(2018) e Field (2001) no roteiro; Rodrigues (2007) e Marques (2007) na direção e produção; e Mascelli (2010) e Studio Binder (2022) na montagem.

■ 2 A CRIAÇÃO DE UM FILME

A produção de um filme é dividida em três etapas principais: pré-produção, produção e pós-produção.

A pré-produção corresponde à fase de planejamento, em que são definidos e organizados todos os elementos necessários para as filmagens. Para Marques (2007, p. 52), este é “o período em que tudo deve ser preparado, negociado, estudado para que a câmera comece a rodar e o filme seja realizado com uma margem mínima de imprevistos”.

Em seguida, a produção é a etapa em que as gravações acontecem. Este momento envolve as filmagens em termos fotográficos e a captação de som (RODRIGUES, 2007).

Por fim, a pós-produção abrange a edição do material gravado e a finalização

¹O presente trabalho é uma versão em resumo expandido do seguinte Trabalho de Conclusão de Curso: SANTOS, Aline Carla França dos. “MAÇÃ”: projeto experimental de um média-metragem. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Produção Editorial) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/31683>.

do filme, além da estratégia de divulgação. Como diz Mariana Marques em um artigo do Instituto de Cinema, a pós-produção é responsável por lapidar o projeto até que ele se torne o melhor possível para ser mostrado ao mundo. No mesmo artigo, ela complementa:

[...] é a pós-produção que nos entrega o que vemos no cinema ou em qualquer outra tela. É a parte responsável por entregar às exibições o trabalho de roteiro, direção, fotografia, arte e tudo o que envolve uma produção.

2.1 DA IDEIA AO ROTEIRO

Um audiovisual nasce de uma ideia, que se transforma em roteiro. Este podemos compreender como um documento escrito composto por cenas e diálogos, destinado a servir como instrumento para a produção de um audiovisual. Comparato (2018) divide o processo de escrita de roteiros em seis passos: ideia (concepção mental), conflito (motor que move a história adiante), personagens (elementos que dão vida à narrativa), estrutura dramática ou escaleta (organização da narrativa em cenas), tempo dramático ou diálogos

(corpo de comunicação do roteiro) e unidade dramática (roteiro pronto para ser filmado).

A ideia central de “Maçã” estrutura-se em torno de um suspense investigativo centrado na reação humana diante do proibido. O conflito predominante é o mistério do quadro da maçã que não pode ser tocado. Outro conflito presente é o embate da protagonista contra a personagem revelada como antagonista ao final da narrativa.

“Maçã” contém nove personagens construídos com simbologias que remetem, sobretudo, ao elemento central da narrativa: a maçã. A protagonista, Ivy, simboliza a primeira mulher da humanidade, Eva. O antagonista, Alan, é a representação de Adão na narrativa. Os demais personagens são representações dos sete pecados capitais.

A estrutura dramática segue o paradigma de Field (2001), dividindo-se em três atos, com pontos de virada³: no primeiro ato, Ivy chega ao novo emprego e descobre o quadro; no segundo, investiga o mistério apesar dos perigos; e, no terceiro, enfrenta Alan, o derrota e encerra o conflito.

³Incidentes ou eventos que alteram o curso da ação e direcionam a história para outra direção.

2.1 PRÉ-PRODUÇÃO

O roteiro técnico foi estruturado em três colunas (cena, enquadramento e movimento de câmera) para orientar as filmagens, realizadas por uma equipe de oito pessoas selecionadas via formulário voluntário. As reuniões com a equipe técnica por departamentos definiram tarefas, cronograma, locações, figurino e equipamentos. O elenco foi escolhido por formulário, com nove inscritos e oito selecionados. Após a escolha, foi realizada uma leitura coletiva do roteiro e ensaiada a cena de luta com o apoio de um coreógrafo.

A maioria dos equipamentos foi cedida pelo Estúdio 21 (Laboratório de Pesquisa e Produção Eletrônica da Universidade Federal de Santa Maria) mediante agendamento, e outros foram fornecidos pela equipe; os elementos cenográficos foram produzidos para dar verossimilhança à narrativa.

As gravações aconteceram, em sua maioria, em espaços da UFSM (Universidade Federal de Santa Maria), com exceção de três locações localizadas no Centro e em

Camobi. Para organizar as filmagens, foram feitas decupagens⁴ e levantamento de disponibilidade da equipe, o que permitiu a criação do cronograma e das ordens do dia⁵.

2.3 PRODUÇÃO

A etapa de gravação foi marcada por diversos desafios que exigiram constante adaptação da equipe. Com o avanço das filmagens, evidenciou-se que o cronograma inicial era insuficiente, levando à inclusão de diárias extras — no total, foram realizadas sete, em seis locações internas e uma externa.

O apoio técnico do Estúdio 21 foi fundamental, mas, em determinadas situações, foi necessário improvisar com equipamentos próprios ou emprestados, o que comprometeu a qualidade do som e da imagem em algumas cenas. Os atrasos no início das diárias, causados pela preparação dos atores, montagem de equipamentos e ajustes de cenário, também afetaram a execução de certos planos previstos.

⁴Processo de detalhar as cenas do roteiro em elementos técnicos e visuais.

⁵Organização das filmagens de acordo com a ordem e/ou os horários dos planos a serem filmados.



Como diretora e produtora, a autora deste texto enfrentou o desafio constante de equilibrar as ambições artísticas com as limitações práticas, muitas vezes priorizando o cronograma em detrimento de cenas mais elaboradas.

2.4 PÓS-PRODUÇÃO

Na pós-produção de *Maçã*, as filmagens passaram por montagem, ajustes de imagem, som e trilha sonora, além da estratégia de circulação do filme. A autora do presente trabalho assumiu a montagem, enquanto colorização, som e trilha foram realizados por colaboradores convidados.

Erros de continuidade representaram um desafio significativo, exigindo o descarte ou a correção de algumas tomadas na pós-produção. A utilização de equipamentos variados nas gravações ampliou a complexidade do tratamento técnico e reforçou a necessidade de uniformidade nos recursos utilizados. A trilha sonora, criada a partir de referências e orientações da direção, foi determinante para a construção da atmosfera narrativa.

Os materiais de divulgação, que consistiram em um pôster principal e nove individuais de cada personagem, foram

desenvolvidos com base na essência sombria e intrigante da história. *“Maçã”* foi exibido pela primeira vez na UFSM em dezembro de 2023, participou do Festival Assimetria em 2024 e venceu o Expocom (Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação) de 2024 na categoria “Filme de ficção média e longa-metragem”.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização de *“Maçã”* possibilitou uma imersão em todas as etapas envolvidas na produção de um audiovisual.

O ponto de partida desse processo foi a elaboração do roteiro, que seguiu um percurso dividido em fases — ideia, conflito, personagens, estrutura, argumento, escaleta e diálogos. Com o roteiro finalizado, teve início a etapa de pré-produção, fundamental para a viabilidade do projeto, otimização das diárias e minimização de imprevistos. As gravações representaram o momento de colocar em prática todo o planejamento anterior. Elas se mostraram uma experiência intensa, comparável a uma montanha-russa emocional: momentos de empolgação e aprendizado se alternaram com situações de frustração, estresse e superação.

Finalizadas as filmagens, iniciou-se a fase de pós-produção, na qual o material captado foi reunido e tratado para a construção da versão final do filme.

A experiência permitiu concluir que a produção audiovisual é um trabalho árduo, exigente e repleto de desafios, mas também profundamente gratificante. Acima de tudo, fica a certeza de que o audiovisual é, por natureza, um trabalho coletivo. O produto final de “Maçã” é a soma dos esforços e talentos de todos os envolvidos.

REFERÊNCIAS

CAMPOS, Flavio de. **Roteiro de cinema e televisão**: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma história. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**: teoria e prática. 5. ed. São Paulo: Summus, 2018. 720 p.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**: os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. 240 p.

MARQUES, Aída. **Ideia em movimento**: produzindo e realizando filmes no brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

MARQUES, Mariana R. **Você sabe como funciona a pós-produção de um filme?** Instituto de cinema. Disponível em: <https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/voce-sabe-como-funciona-a-pos-producao-de-um-filme>. Acesso em: 19 out. 2023.

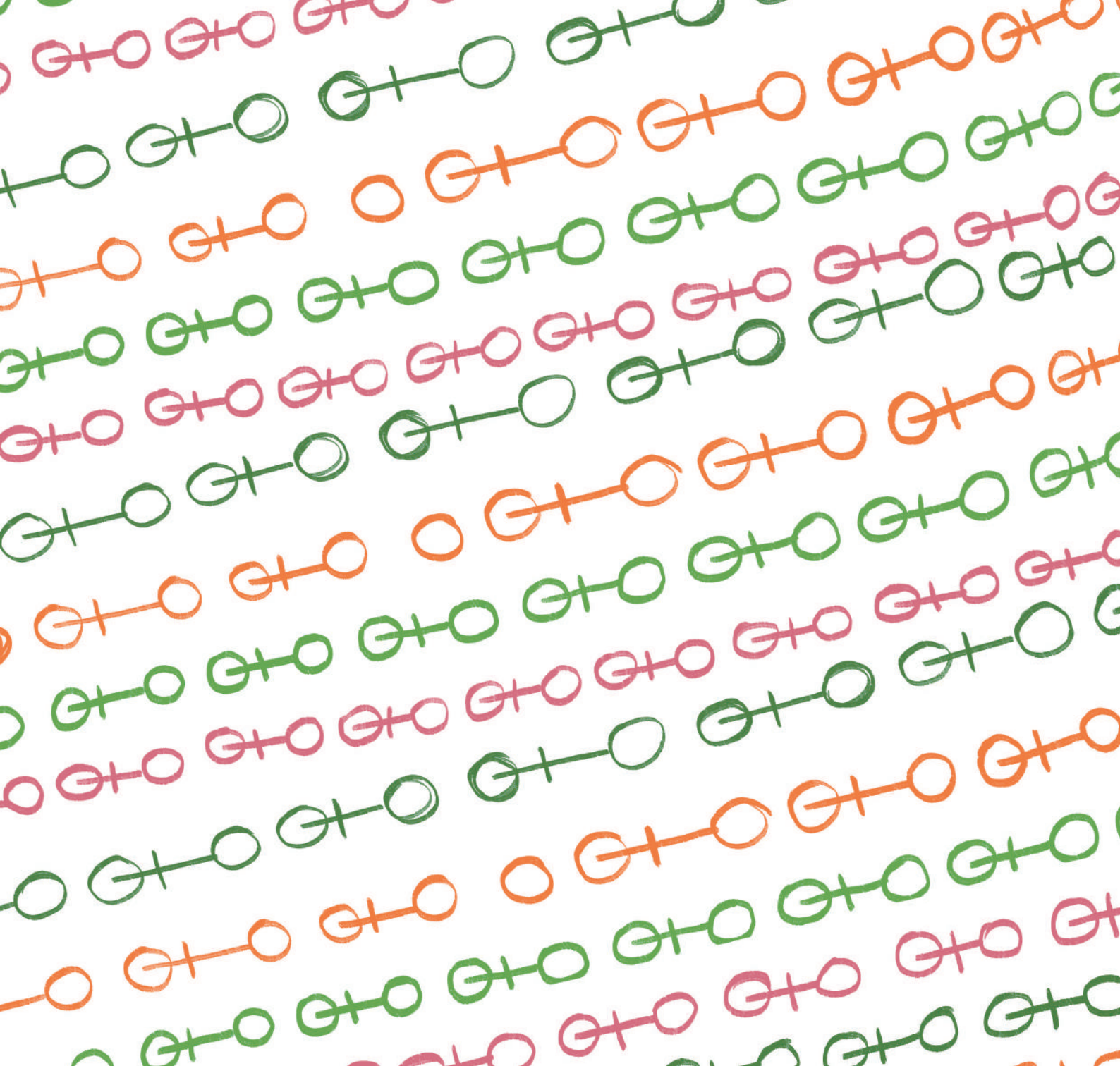
MASCELLI, Joseph. **Os cinco Cs da cinematografia**: técnicas de filmagem. São Paulo: Summus Editorial, 2010.

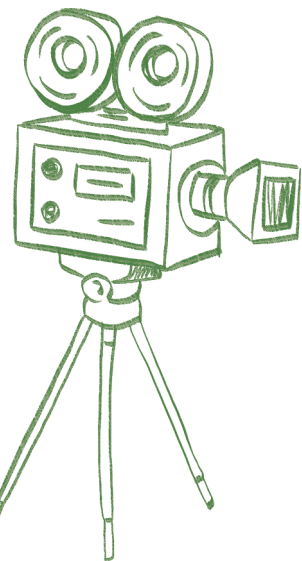
RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

STUDIO BINDER. **6 Ways to Edit Any Scene** - Essential Film & Video Editing Techniques Explained [Shot List Ep. 10]. [S.I.], 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FVR8zz8ci2k>. Acesso em: 10 out. 2023.

AUTORIA

²**Aline Carla França dos Santos** é bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: aline.santos@acad.ufsm.br.





■ ENSAIO REFLEXIVO EDITORIAL – FOTOGRÁFICO: MÊS DA MULHER – GAIGER: PARA TODAS AS MULHERES, PARA TODAS AS HISTÓRIAS

REFLECTIVE EDITORIAL – PHOTOGRAPHIC ESSAY:
WOMEN'S MONTH – GAIGER: FOR ALL WOMEN,
FOR ALL STORIES



■ **Liany Avila da Silva Pereira¹**

Universidade Federal
de Santa Maria

■ **Valentina De David
Antônio Sperandio²**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: O artigo apresenta a campanha “Gaiger: Para todas as mulheres, para todas as histórias”, criada para o Mês da Mulher de 2025 como ação estratégica de comunicação institucional. A proposta integrou estética, marca e responsabilidade social em uma narrativa sensível. Destacou mulheres reais e contou com equipe multidisciplinar. O resultado foram produtos multicanais e o fortalecimento da reputação da marca, mostrando que comunicar com sensibilidade e escuta é também um ato político.

Abstract: The article presents the “Gaiger: For all women, for all stories” campaign, created for Women’s Month 2025 as a strategic institutional communication action. The proposal integrated aesthetics, brand and social responsibility in a sensitive narrative. It featured real women and relied on a multidisciplinary team. The result was multi-channel products and the strengthening of the brand’s reputation, showing that communicating with sensitivity and listening is also a political act.

Palavras-chave: Comunicação Institucional; Posicionamento de Marca; Representatividade Feminina; Comunicação e Gênero; Responsabilidade Social.

Keywords: Institutional Communication; Brand Positioning; Female Representation; Communication and Gender; Social Responsibility.

“A comunicação, quando feita com propósito, transcende o design: ela

acolhe, representa e transforma.”

A campanha “Gaiger: Para Todas as Mulheres, Para Todas as Histórias” exemplifica uma ação estratégica de comunicação institucional integrada, articulando estética, posicionamento de marca e responsabilidade social. A Gaiger é uma empresa familiar com 67 anos de atuação no mercado de joias, óculos e relógios em Santa Maria (RS), conhecida por sua tradição, credibilidade e relacionamento próximo com os clientes. Com uma equipe diretiva composta inteiramente por mulheres, a marca tem investido em ações que reflitam sua identidade e valores. Para isso, a campanha de março de 2025 foi desenvolvida especialmente para o Mês da Mulher, com o objetivo de promover os produtos femininos da loja de forma sensível, estratégica e alinhada ao protagonismo feminino que também está presente na estrutura da empresa.

Neste contexto, a campanha adotou um formato multicanal, com técnicas que integram direção de arte editorial, redação publicitária e produção audiovisual com

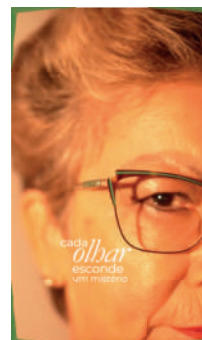
captação em estúdio. Para a execução, a equipe envolvida foi composta por profissionais de relações públicas, produção editorial, *design*, fotografia e audiovisual. Assim, o objetivo foi valorizar mulheres reais, fora dos padrões convencionais da publicidade, trazendo para o centro da narrativa suas marcas de vivência, sua

■ **Figura 1:** Anuncio para jornal impresso.



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

■ **Figura 2:** Captura de tela do vídeo institucional.



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

■ **Figura 3:** Foto da sessão fotográfica.



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

■ **Figura 4:** Foto da sessão fotográfica.



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

força cotidiana e suas histórias únicas.

Embora o objetivo principal tenha sido sensibilizar e gerar identificação entre as mulheres, especialmente as consumidoras da marca, a estratégia também considerou o potencial comercial da data, incorporando técnicas de *copywriting* e

segmentação no tráfego pago, focadas em indivíduos próximos às mulheres. Dessa maneira, a comunicação digital assume um papel que vai além do marketing: ela se transforma em espaço de construção de vínculos.

Esteticamente, a campanha reafirmou seu discurso inclusivo por meio de uma identidade visual que mesclou linguagem editorial e fotográfica, explorando contrastes marcantes entre luz e sombra e uma paleta terrosa que celebra imperfeições e evoca profundidade emocional. Assim, o casting deu protagonismo às mulheres reais, com corpos, idades e trajetórias diversas, reforçando o compromisso de visibilizar a pluralidade feminina sem recorrer ao aspiracionalismo tradicional da publicidade. Nesse cenário, a estética cumpre um papel político, intensificando os sentidos propostos pela narrativa institucional.

No audiovisual, o ritmo contemplativo, com imagens pausadas, cortes suaves e enquadramentos fechados, aprofundou a subjetividade de cada retrato, destacando gestos sutis e expressões autênticas. Além disso, a trilha sonora (“Lisboa”, da dupla Anavitória) acentuou esse tom intimista e simbólico, reiterando o compromisso

com artistas mulheres. Por consequência, cada elemento visual, sonoro e narrativo reforçou a ideia central da campanha: mulheres não precisam ser moldadas para caber em discursos comerciais, elas já são inteiras, potentes e diversas.

Como destaca Jesús Martín-Barbero (2004), comunicar é “muito mais que transmitir informações: é construir sentidos, articular experiências e disputar significados.” A campanha, portanto, não se limitou a apresentar mulheres de forma estereotipada ou convencional, mas buscou criar uma representação mais autêntica e significativa, articulando a vivência e os valores dessas mulheres com os objetivos estratégicos da marca. O esforço foi de, através da comunicação, não apenas disseminar uma imagem, mas ressignificar o significado dessa imagem na sociedade, propondo uma nova forma de enxergar a mulher e seu papel na comunicação institucional. Essa postura converge com a provocação de Marchi (2018), que afirma que “a comunicação institucional precisa ser um campo de escuta, reconhecimento e disputa de narrativas, onde mulheres possam existir sem precisar performar papéis legitimados pelo mercado.” Por isso, a escolha de mostrar

mulheres com marcas do tempo, em vez de esconder a idade, exemplifica esse gesto político e comunicacional.

A campanha de tráfego pago da Gaiger teve como objetivo o fortalecimento da marca e o aumento da base de seguidores nas redes sociais, sem foco comercial direto. Com investimento de R\$200,00 ao longo de três semanas, o conjunto de criativos alcançou cerca de 39 mil usuários e gerou 229 novos seguidores no Instagram, resultando em um custo por seguidor de R\$0,87. Já que, diferente das campanhas voltadas à conversão imediata, essa iniciativa priorizou o reconhecimento de marca e o engajamento com o público feminino, ainda em fase inicial de familiarização com a comunicação da Gaiger. Assim, os resultados confirmam avanço estratégico na presença digital e construção de relacionamento, pilares fundamentais para a efetividade de campanhas futuras com foco em vendas. Além disso, a produção da campanha envolveu todas as etapas de planejamento, criação e execução, reforçando a reputação institucional e promovendo uma comunicação mais autêntica e representativa.

Essa abordagem provou que, mais que estética, o propósito gera impacto real,



criando pontes e transformando narrativas. Já que ao integrar uma narrativa inclusiva e estratégica, a ação fortaleceu a reputação da marca, gerou engajamento, conversão e reforçou um posicionamento alinhado a valores sociais. Por conseguinte, hoje, mais do que uma ferramenta estratégica, a comunicação institucional se revela também como um território de disputa simbólica e exercício de cuidado. Assim, a campanha nos deixa um aprendizado claro: comunicar com sensibilidade é, antes de tudo, um ato político: de escuta, de presença e de construção coletiva de significado. Portanto, a campanha reafirma que a escuta sensível não é só método, é posicionamento. Uma vez que em tempos de ruído e superficialidade, comunicar com verdade é o que transforma marcas em instituições culturalmente relevantes.

▣ REFERÊNCIAS

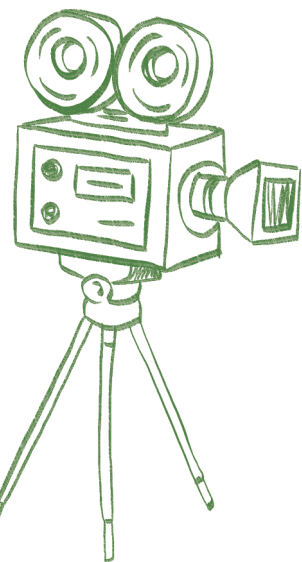
BARBERO, Jesús Martín. **Dos Meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Editora UFRJ, 2004.

MARCHI, Verônica. **Relações Públicas, Feminismo e o Lugar das Mulheres na Comunicação**. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS, 2018. Anais [...], 2018.

▣ AUTORIA

¹**Liany Avila da Silva Pereira** é bacharela, Relações Públicas, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: avilaliany@gmail.com.

²**Valentina de David Antônio Sperandio** é bacharela, Produção Editorial, Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: valensperandio@gmail.com.



■ MONTAR A MEMÓRIA, FABULAR O PASSADO: O GESTO FÍLMICO EM CENTENÁRIO DE MINHA BISA

ASSEMBLING MEMORY, FABULATING THE PAST: THE FILMIC GESTURE IN CENTENÁRIO DE MINHA BISA



■ Daniel Bassan
Petry¹

Universidade de
São Paulo
(ECA-USP)

■ Cristyelen
Ambrozio²

Universidade Federal
do Rio Grande do Sul
(UFRGS)

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre os processos envolvidos na realização do curta Centenário de minha bisa, de sua produção até a circulação do filme, a partir de uma pesquisa íntima delicada sobre a afro-indígena-latinidade da autora. O filme é construído a partir de arquivos familiares, como fotos e documentos, além de conversas e silêncios atravessados por omissões e verdades mal contadas. Ele propõe uma rememoração subjetiva da história familiar e discute modos de movimentar a memória a partir de imagens de um álbum de família, em um processo contínuo e aberto à revisitação.

Palavras-chave: Fotografia; Memória; Audiovisual.

Abstract: This paper offers a reflection on the processes involved in the making of the short film Centenário de minha bisa ("My Great-Grandma's Centennial"), from its production to its circulation, based on a delicate and intimate inquiry into the author's Afro-Indigenous-Latin identity. The film is built from family archives, such as photographs and documents, as well as conversations and silences marked by omissions and half-told truths. It proposes a subjective remembrance of family history and explores ways of moving memory through images from a family album, in a continuous process open to revisitation.

Keywords: Photography; Memory; Film.

■ 1 INTRODUÇÃO

No decorrer das atividades dos cursos Técnico em Processos Fotográficos e Tecnologia Superior em Produção Multimídia cresceu a possibilidade de se produzir um trabalho de conclusão de curso que levasse a uma investigação que, partindo de materiais de cunho íntimo, propusesse trajetos teóricos, identitários e afetivos.

Entretanto, a sugestão inicial para as possibilidades de expressão e investigação através da mídia fílmica é de responsabilidade da antiga professora de português da autora, Adriana, da escola municipal Herbert José de Souza (Betinho), que incentivou a execução de uma atividade em que os alunos produzissem curtas-metragens a partir dos *Contos Gauchescos*, de Simões Lopes Neto. Naquele período de 2014 e naquele contexto social, a cidade de Alvorada, no Rio Grande do Sul, a prática cinematográfica era incomum para estudantes de escolas públicas. Sem equipamentos e direcionamentos técnicos, os alunos gravavam das formas mais diversas e engenhosas. Certamente essa atividade desencadeou na autora a vontade de trabalhar com audiovisual, assim como o

clássico literário de Simões possibilitou uma reflexão sobre a figura do gaúcho, em Centenário.

Centenário de minha bisa (2023) foi apresentado como trabalho de conclusão do curso acima mencionado, no Instituto Federal do Rio Grande do Sul, *campus* Alvorada, e posteriormente foi escolhido pelo Júri da Associação de Críticos de Cinema do Rio Grande do Sul (ACCIRS) como o Melhor Curta Gaúcho do Prêmio Assembleia Legislativa no 51º Festival de Cinema de Gramado. A partir daí, o filme teve uma considerável repercussão na mídia e circulou entre festivais e mostras, onde fomentou o debate das questões da identidade do mestiço dentro da cultura gaúcha, da produção de memória e da importância dos arquivos de fotografias pessoais. A questão da identidade não será explorada diretamente nesse trabalho; ainda que ela acesse o texto e a obra, neste momento, nosso foco é outro: a relação com as fotografias de família. Entretanto, é evidente a urgência em escrever e pensar questões étnico raciais aqui expostas. Neste artigo, realizamos um movimento de exploração do filme a partir de referenciais teóricos presentes pré e pós finalização. Com inspiração

metodológica na ideia de “prática como pesquisa” proposta por Nelson (2013), entendemos que o processo investigativo se dá a partir das diferentes etapas de produção do filme e também dos debates posteriormente realizados.

O texto, escrito pela autora do filme e por um colega, propõe uma reflexão a quatro mãos sobre a relação entre o filme e as fotografias de família, enquanto se aproxima de referenciais teóricos para compreender o que este filme pode nos apresentar como atualidade dentro das possibilidades trazidas por esses álbuns. Alguns autores aqui mencionados influenciaram a obra durante seu processo de realização, já outros foram incorporados após a circulação do filme, evidenciando o caráter vivo da obra fílmica, que é capaz de movimentar conceitos e memórias.

2 O ÁLBUM COMO ARQUIVO SENSÍVEL

O álbum de fotografia familiar amador é um arquivo rico para movimentação de memória em lembrança. Conforme argumentado por Van Djick (2007), ali estão guardados não somente registros imagéticos, mas foi organizada uma narrativa

pessoal com curadoria tradicionalmente desenvolvida por um dos indivíduos ali retratados. Tão importante quanto o que está presente no álbum de fotografias é a disposição dos itens que os constituem e as imagens excluídas, consideradas inadequadas para comporem essa futura chave de lembrança do presente. Na mesma medida que lembrar, também é importante esquecer.

No curta-metragem Centenário de minha bisa, o álbum de família não é apenas uma fonte de imagens, mas o próprio território onde se inscreve a busca por sentido, identidade e pertencimento. Desde os primeiros momentos do filme, as fotografias familiares são tratadas com cuidado artesanal: elas foram digitalizadas em alta resolução, manipuladas, reenquadradas, editadas. Esse processo técnico é, ao mesmo tempo, um gesto simbólico e carinhoso: rever essas imagens, “olhá-las de novo” na tentativa de ver mais do que elas aparentam mostrar, é dar atenção ao arquivo ali constituído.

Não é incomum que no cinema seja necessário adaptar a materialidade da luz para que caiba na câmera: as câmeras fotográficas costumam ter uma capacidade técnica de alcance dinâmico menor que o

olho humano, que resulta na necessidade de ajustar a intensidade das incidências luminosas. Mas há outros casos em que o contrário ocorre: nos processos de digitalização das fotografias, foi possível ampliar detalhes a partir de fotografias impressas, deixando mais evidentes questões da dinâmica e da vida do casal Rita e Alcides, algo levado ao filme a partir dos planos detalhes de pequenos gestos como o segurar das mãos.

O filme torna visível o que Barthes (1984) chamou de *punctum*: o detalhe que salta da foto e toca o espectador de maneira singular. No caso de Centenário, está presente tanto no olhar que lançamos para os traços da pele da bisa quanto na percepção de que sua história foi, em grande parte, apagada ou silenciada. Cristylen, em uma tentativa de questionar sua origem étnica, esbarra na evidência do termo “parda” nos registros oficiais e na ausência de qualquer documento que identifique a bisa como indígena ou negra.

Na Figura 1 (p.25), fotografia presente no filme, a distinção de raça do casal se torna presente pelo enquadramento, cenário e pela diferença de tonalidade da imagem: Alcides está no centro da imagem, “coroadado” com flores em

frente a uma parede clara, segurando um menino de feições caucasianas em seu colo e sorrindo; Rita também sorri, mas coube a ela um espaço à direita do quadro, segurando no colo uma menina parda. Elas estão em frente a um armário de madeira, que escurece completamente essa área da fotografia. Na frente de Rita e da outra criança, a autora do filme carrega uma expressão desconfiada, como se já previsse as dúvidas que essas relações vão lhe trazer no futuro.

Ainda que se possa argumentar sobre a felicidade do casal, conforme visível nas fotografias utilizadas no filme, as imagens carregam não somente a dimensão técnica dos equipamentos utilizados para os registros como também a carga política em que a captura está inscrita: o fotógrafo tomou decisões em relação à composição, à posição das pessoas, aos seus gestos e feições, que falam por si. Se a fotografia pode demonstrar parte da identidade dos fotografados e do fotógrafo, especialmente quando realizada em ambiente familiar, ela também carrega um aspecto tirano de transformar uma pequena fração de segundo em referencial para interpretação futura (SONTAG, 2004). Sempre é importante considerar o entorno, outros



referenciais que deem suporte às imagens e, neste caso, não podemos esquecer que a obra é realizada de dentro do âmbito familiar para fora, ou seja, há décadas de coleta de material, de vivência e pesquisa para a construção do filme, mesmo que isso tenha ocorrido de forma involuntária.

■ **Figura 1:** Quadro retirado do filme Centenário de minha bisa (2023).



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

José van Dijck (2007), ao discutir o papel das mídias na construção da memória pessoal, argumenta que o álbum fotográfico familiar opera como uma tecnologia de mediação da lembrança, construindo narrativas que tanto incluem quanto excluem aspectos da vivência. No filme, essa dimensão é especialmente evidente: o álbum não oferece respostas claras, tampouco garante linearidade. Ele é um

arquivo sensível não só pelas emoções que evoca, mas também pelas lacunas que expõe. Imagens sem data, rostos não identificados, expressões ambíguas — tudo aponta para um passado familiar que resiste a ser plenamente conhecido ou organizado.

No decorrer do filme está colocado o incômodo sobre a falta de incômodo, e não sabemos se Rita teve consciência da questão étnica em sua criação ou casamento. Sabemos que o filme coloca isso à frente, expondo a questão que, por sua vez, permanece sem resposta.

Marianne Hirsch (2012), ao desenvolver o conceito de pós memória, nos ajuda a compreender como o realizador se apropria dessas imagens para construir uma memória que não é exatamente sua, mas herdada. É uma forma pela qual descendentes se relacionam com traumas e silêncios vividos pelas gerações anteriores. No filme, essa relação se dá tanto no campo visual quanto na narração em forma de carta — uma escrita ficcional dirigida à bisa já falecida. Assim, as imagens do álbum ativam não apenas uma investigação arqueogenealógica, mas uma forma de diálogo possível com quem já não está, mas deixou marcas.

Nesse sentido, o conjunto de materiais que compõem um “álbum no filme” não é um ponto de partida fixo, mas um território de fabulação e montagem, onde a memória é reconstruída a partir de fragmentos. O gesto de colecionar essas imagens, cortando, ampliando, sobrepondo, reencenando, transforma o cinema em extensão do álbum, e o álbum em uma forma primitiva de cinema. Tal como um filme, ele é feito de escolhas, de cortes, de sequências, de tentativas de dar sentido aos registros parciais ali presentes.

Propor esse reencontro com a imagem desta mulher mestiça, não alfabetizada, sem documentos, não é um confronto somente com uma história pessoal, mas com a história coletiva de apagamento que marca tantos corpos racializados no Brasil.

As fotos presentes em Centenário ultrapassam a função de documento, registro, e são reconfiguradas para permitir uma compreensão através da qual a memória é constantemente tensionada entre o que se vê, o que se sente e o que falta. O fazer cinematográfico aqui não somente ilustra a memória, mas a produz a partir do fragmento e da ausência.

A exploração das fotografias de família não apenas como registros documentais, mas como imagens que ativam memórias e inquietações, e o gesto de digitalizar as fotos em alta resolução permitiu descobrir detalhes antes invisíveis. Esse processo técnico é também um ritual de aproximação — uma forma de “tocar” a memória com cuidado. Em partes devido à responsabilidade e ao cuidado com a família, que não sabia e de certa forma ainda não sabe dos processos e das questões norteadoras da obra.

Centenário de minha bisa possui como centralidade levantar uma questão sobre a descendência, a raça, a miscigenação. Não há proposta de respostas, não é uma obra que tenha como objetivo um fechamento. Como qualquer obra artística, a cada exibição há uma interpretação e são trazidas questões novas, as apropriações dos espectadores oxigenam a discussão sobre o que é identidade, as próprias definições de raça nessa construção, para que se constituem os álbuns de família e quais suas possibilidades dentro da sociedade. Em um momento de domínio das mídias digitais e declínio da construção do álbum de família, a obra propõe questões que vão além daquela tida como central.

3 CARTA À BISAVÓ: NARRAÇÃO E AFETO COMO DISPOSITIVO FÍLMICO

A carta escrita à bisavó falecida opera como um dispositivo narrativo central para a construção fílmica, sendo inicialmente ficcional. Mais do que um simples recurso textual ou literário, a carta organiza a estrutura dramática do curta, conduzindo o espectador por uma jornada subjetiva de escavação da memória familiar. Trata-se, portanto, de um elemento que desempenha uma função dupla: articula a dramaturgia do filme e, ao mesmo tempo, mobiliza uma dimensão afetiva e íntima da narrativa no espectador. Entretanto, é importante que fique claro: não há nenhum tipo de intenção de resposta. Mesmo se Rita recebesse a carta, não caberia a ela se responsabilizar pela forma como a identidade étnico-racial era compreendida pela sociedade que a circundava.

A decisão de construir o curta em torno de uma narração em primeira pessoa, endereçada diretamente à bisavó, funciona como uma forma de convocar o passado ausente para dentro do presente da imagem. O que poderia ser uma simples pesquisa arquegenealógica ou

uma abordagem documental tradicional se transforma, pela via da carta, em um dispositivo de mediação emocional entre o realizador e sua ancestral. É nesse gesto que a carta deixa de ser apenas conteúdo e passa a ser estrutura: ela define o tom, o ritmo e a ordem do filme, que só se tornou possível após compreender a importância dos afetos no processo de investigação fílmica que se desenvolvia.

Narrada com sobriedade e cuidado, a voz em *off* não apenas informa, mas cria vínculo, costura significados entre imagens de arquivo, documentos digitalizados e o próprio ato de criar memórias e questionar a identidade. A carta permite que o filme abrace a ambiguidade entre ficção e realidade: ela parte de um impulso real — o desejo de compreender e questionar esta bisa — ainda que não a coloque como portadora de respostas. O sonho com a bisa não aconteceu, também foi inventado como recurso narrativo. Se a memória é por natureza fragmentada, a imaginação é uma ferramenta legítima na construção fílmica.

Como dispositivo narrativo, a carta atua sobretudo na montagem: impõe um fio condutor à heterogeneidade dos materiais utilizados; fotografias antigas, documentos de identidade, certidões e

imagens contemporâneas são organizados de forma não cronológica, a partir de uma lógica intuitiva. Cada fragmento visual é inserido na narrativa como se respondesse ou ilustrasse trechos da carta, criando uma coreografia delicada entre palavra e imagem. Essa relação entre narração e imagem não é dialógica: as imagens muitas vezes dizem o que as palavras hesitam em nomear, e vice-versa.

■ **Figura 1:** Quadro retirado do filme Centenário de minha bisá (2023).



Fonte: Acervo pessoal. (2025)

Além disso, a forma da carta dá ao filme uma abertura emocional particular. A ausência de respostas, dada a impossibilidade literal de a bisá ouvir ou responder, desloca o filme do campo da exposição para o da escuta e da evocação. O curta não quer provar nada, mas compartilhar

uma tentativa de aproximação, construir uma memória possível com os poucos vestígios disponíveis.

A carta, nesse sentido, torna-se o elo que permite ao filme existir como obra sensível, que articula subjetividade, história e política a partir do gesto filmico. Trata-se de um dispositivo que oferece forma àquilo que é, por definição, difícil de narrar: os silêncios herdados, as ausências das conversas negadas e dos arquivos.

Por fim, ao concluir o filme com essa carta sem resposta, recusa-se o fechamento. O dispositivo mantém a obra aberta para o futuro: o gesto de escrever à bisá se transforma em um convite para que outros também interpelem suas ausências, suas fotografias, suas próprias histórias familiares.

■ 4 CONCLUSÃO

Centenário de minha bisá é, antes de tudo, um gesto: gesto de retorno, de escavação, de invenção e de movimento conceitual. Ao transformar um percurso pessoal de descoberta identitária familiar em linguagem cinematográfica, o filme afirma a potência do cinema como forma de conhecimento e como tensionador de



pensamento midiático — uma obra que não se limita aos fatos, mas que incorpora afetos, silêncios, lacunas e fabulações e ousa imaginar que há resposta e pergunta para além daquilo que é imposto como herança.

Partindo de materiais aparentemente modestos — fotografias antigas, documentos incompletos, memórias difusas –, o curta realiza uma operação profunda: transforma arquivos íntimos em matéria viva, capaz de interpelar não apenas o passado de uma família mestiça do sul do Brasil, mas também as estruturas de apagamento e racismo que atravessam a formação social do país. A carta à bisavó, enquanto dispositivo fílmico e afetivo, tensiona os limites entre documentário e ficção, memória e invenção, e se revela um recurso poderoso para reinscrever subjetividades historicamente marginalizadas.

Mais do que uma reconstituição biográfica, o filme propõe uma memória possível — poética, fragmentária, falha —, construída no entrelaçamento de imagens herdadas e palavras inventadas. Nesse processo, o realizador não apenas olha para trás, mas também aponta para o futuro, oferecendo um modelo sensível de pesquisa audiovisual que reivindica o

direito de narrar-se a partir da própria história, mesmo que esta venha carregada de ausências e incertezas.

Ao dar corpo e voz a uma bisavó que sobreviveu apenas nas entrelinhas dos arquivos, o curta não só recupera uma história apagada, mas também afirma que lembrar, no cinema, é sempre também imaginar.

▣ REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

AMBROZIO, Cristylen. **CENTENÁRIO DE MINHA BISA**. Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Produção Multimídia – Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Alvorada, 4 de janeiro de 2023.

HIRSCH, Marianne. **The generation of postmemory**: writing and visual culture after the Holocaust. New York: Columbia University Press, 2012.

NELSON, Robin (Ed.). **Practice as research in the arts**: principles, protocols, pedagogies, resistances. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013.

SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

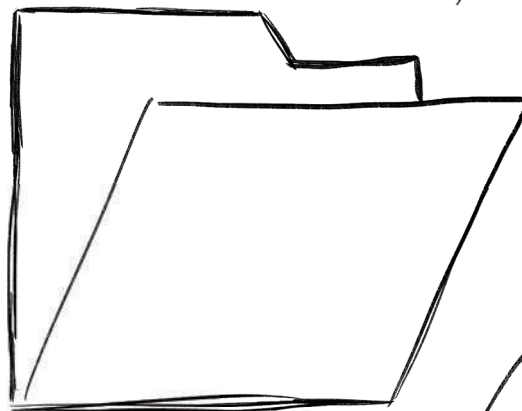
VAN DIJCK, José. **Mediated memories in the digital age**. Stanford: Stanford University Press, 2007.

▣ AUTORIA

¹**Daniel Bassan Petry** é professor Doutor do departamento de Rádio, Cinema e Televisão da ECA-USP. Email: petry@usp.br.

²**Cristylen Ambrozio** é graduada em Produção Multimídia, IFRS e bacharelada em Artes Visuais, UFRGS. Email: cristylenambrozio@gmail.com.





PROJETO
GRÁFICO



☒ BATE PAPO COM THIAGO KRENING



Thiago Krening, ilustrador e quadrinista. Formado em Desenho Industrial pela UFSM, com especialização em Cinema pela UFN e mestrado em Design pela UFRGS. Publica quadrinhos desde 2015, como Historietas Randômicas, Depois que te Conheci e Ed. Celeste.

☒ O QI:

Nossa equipe editorial realizou pesquisas para fazer um levantamento de nomes que, de alguma forma, atuam e contribuem para o desenvolvimento dos campos de interesse da Produção Editorial e Comunicação Social de um modo geral, com isso, seu nome foi um dos citados, resultado das buscas e escolhido como uma referência. Como você chegou na

área de atuação em que se encontra hoje? Por que a escolheu? Quais os principais desafios em ser um profissional da sua área?

Thiago:

Fico feliz por terem chegado no meu trabalho e por acharem interessante!

Hoje o meu foco são ilustrações e histórias em quadrinhos. Não posso deixar de citar aquele clichê de que “desenho

desde sempre”. Desde criança me interessei pelo desenho e por histórias em quadrinhos e ao longo da vida fui direcionando esforços para seguir esse caminho. Me formei em Desenho Industrial – Programação Visual na UFSM em 2008 e desde então sigo trabalhando com isso, ainda que em algumas épocas dividindo com outros focos (tentei seguir carreira acadêmica por um tempo mas acabei largando).

O motivo para ter escolhido isso acho que já respondi... é minha paixão desde a infância e não consigo me ver fazendo outra coisa.

Existem muitos, muitos desafios de seguir esse caminho. É uma área instável, difícil de entrar e mais difícil ainda de se manter. Existem muitos nichos para se trabalhar, mas é preciso muita dedicação e esforço. Além disso, o mercado pode ser muito cruel e mudanças acontecem com frequência. Algumas áreas da ilustração que eu sonhava trabalhar quando estava na faculdade morreram, outras surgiram. É preciso muito jogo de cintura.

☞ **O QI:**

Nós, estudantes de Produção Editorial, fazemos parte de um núcleo muito maior: o da Comunicação Social, que engloba um universo de criações e oportunidades. A partir de suas experiências pessoais e profissionais, de que forma você enxerga a atuação da Comunicação Social no contexto social atual?

Thiago:

Eu penso que a comunicação é uma das áreas mais importantes no contexto atual. Comunicação feita por profissionais e não por robôs ou somente para caçar cliques. Infelizmente vivemos um momento absolutamente caótico na internet. As IAs viraram tudo de cabeça para baixo de uma forma muito rápida e violenta e não consigo deixar de achar que, apesar de talvez haver alguma utilidade prática, o resultado vá ser extremamente negativo.

Por conta dessa bagunça e da crise da verdade nas redes é que precisamos de profissionais mais qualificados e que trabalhem de forma ética e responsável.

☞ **O QI:**

Como sua especialização em cinema contribui (ou contribuiu) para seu papel como ilustrador e quadrinista?

Thiago:

Me ajudou demais a desenvolver a minha capacidade de contar histórias visualmente e também ajudou muito a ampliar a minha bagagem cultural. Além disso, ter circulado bastante no meio do audiovisual me trouxe contatos que geram trabalhos até hoje.

▣ O QI:

A Inteligência Artificial tem sido um tópico e ferramenta recorrente nos espaços criativos, repercutindo bastante, de forma às vezes positiva e às vezes negativa nas mídias sociais. Como você lida com essa perspectiva no âmbito profissional? Como é ter que lutar pelo reconhecimento dos profissionais da área? Como você encara a IA?

Thiago:

Eu tenho uma visão muito crítica das IAs generativas. Elas partem essencialmente de dois pontos muito problemáticos: o uso indiscriminado e sem autorização de dados para treinamento e o grande impacto ambiental dos data centers.

Além de tudo isso, as IAs estão destruindo muitos empregos muito rápido, de uma forma nunca antes vista. A produção de texto e de imagens está perdendo demais

o valor, a qualidade cada vez importa menos e as redes são inundadas por uma quantidade gigantesca de conteúdo que não tem vazão. É humanamente impossível consumir na mesma velocidade em que é produzido.

Já vi colegas falando que estão tentando aprender um pouco para agilizar processos, mas penso que não adianta trabalhar mais rápido se não existe demanda.

Eu estou sentindo na pele nos últimos meses esse impacto. Muitos trabalhos que eu fazia com frequência evaporaram, foram substituídos por IAs. É uma luta ingrata e eu ainda não tenho uma resposta para o que vai ser do futuro, mas sei que tenho quebrado a cabeça todos os dias há mais ou menos um ano para achar caminhos para manter a minha profissão viável.

Só para não terminar de uma forma tão negativa e pessimista, tenho pensado muito que projetos autorais, feitos totalmente por humanos e que gerem conexões e experiências reais com outras pessoas sejam um caminho possível. No meio dessa avalanche de conteúdo medíocre, repetitivo e robótico, essa pode ser uma saída.

▣ O QI:

O tema da Revista O QI desse ano é “Experimentação no Campo Editorial”, na qual estamos fazendo uma edição comemorativa dos 15 anos de Produção Editorial, buscando valorizar a criação e desenvolvimento de produtos e projetos no contexto do campo editorial, que servem não só de instrumentos para evolução da área, mas também dos alunos e futuros profissionais. Na sua formação profissional você teve a oportunidade de fazer experimentações, desenvolver protótipos e criar projetos que de alguma forma contribuíram para sua experiência profissional? Se sim, poderia dar algum exemplo do que foi desenvolvido e como isso te ajudou?

Thiago:

Eu sempre gostei de experimentar tudo que pudesse na minha área. Estou sempre testando estilos diferentes de desenho, por exemplo.

O curso que fiz na faculdade é bastante prático e pudemos trabalhar em muitos projetos dos mais variados campos. Fiz livros, revistas, animações, vídeos, ilustrações, games... Tudo isso contribuiu demais para tudo que faço hoje.

Uso até hoje, por exemplo, formatos de publicações independentes estilo fanzine que experimentei durante a faculdade. Acredito que é muito importante testar de tudo que for possível, tanto em questão visual quanto de conteúdo e de formatos. E acho que durante a faculdade é o momento ideal para isso. No mercado muitas vezes não temos tempo ou recursos para investir nisso. O conteúdo que construímos lá no início é uma grande base para o que vamos fazer depois, profissionalmente.

▣ O QI:

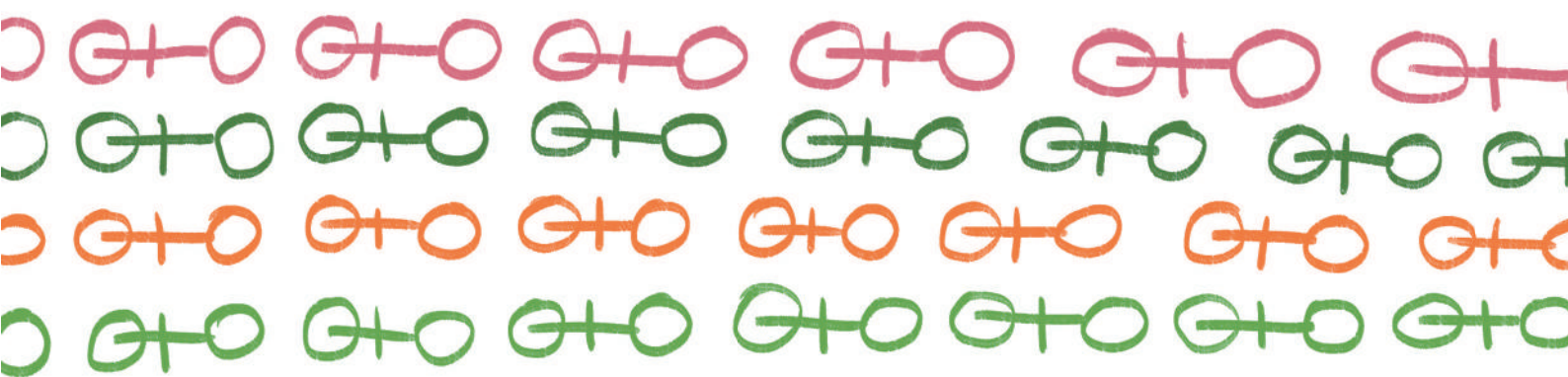
A Produção Editorial tem como mascote o camaleão, representando a capacidade de seus profissionais em se adaptar a diferentes contextos e realidades. Nos últimos anos temos vivenciado grandes mudanças, tanto na tecnologia, quanto nas áreas em que estamos inseridos, provocando nos profissionais desse campo a necessidade de aprimorar seus conhecimentos, habilidades e competências. Você acha que é possível se adaptar a essas mudanças? De que forma isso pode ser feito? Existem novos formatos, linguagens e/ou plataformas que os futuros - e atuais - comunicadores precisam conhecer?



Thiago:

A comunicação como um todo é uma área que muda muito e cada vez mais rápido. Aprender a se adaptar e se virar é uma habilidade essencial para trabalhar com isso. Tenho certeza que é plenamente possível se adaptar a quaisquer mudanças que surjam, mesmo que às vezes seja difícil e que eventualmente isso signifique mudar o nicho com o qual se trabalha.

Acredito que nas áreas criativas é preciso ficar atento a tudo o que acontece para absorver e aprender o que pode ser útil, mas sempre mantendo uma percepção crítica da realidade. O caso das IAs generativas é bem emblemático: até que ponto devemos abraçar essa tecnologia (mesmo sabendo das questões éticas) e até que ponto devemos nos esforçar para não depender demais delas? Pra mim, o acúmulo de conhecimento e o desenvolvimento de habilidades são ativos muito mais importantes do que aprender a usar essas ferramentas. Até porque, quando algo é muito fácil e acessível a todos, ele perde valor dentro da lógica capitalista.





EDIÇÃO PILOTO DA REVISTA SUSTOMANIA: TERROR PARA JOVENS ADULTOS

PILOT EDITION OF SUSTOMANIA: HORROR FOR YOUNG ADULTS



@Elisângela Bedin¹

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

@Letícia Souto²

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

@Nicole Mezdari³

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

@Nicole Schneider⁴

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: A edição piloto da revista Sustomania, elaborada na disciplina de Planejamento e Produção Gráfica do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, alinha elementos temáticos voltados ao terror e objetivos relacionados ao público-alvo para ela definido, composto por jovens adultos brasileiros fãs do gênero horror. Assim, seu design, foco do projeto, busca expor elementos mercadológicos e vendáveis sem perder de vista os aspectos de conforto visual e adequação ao tipo de publicação e tema de edição adotados, ainda mantendo uma identidade visual única, identificável e atraente.

Palavras-Chave: Sustomania; Revista; Diretrizes Gráficas; Público-alvo; Terror.

Abstract: The pilot edition of Sustomania magazine, developed within the course Planning and Graphic Production of the Social Communication - Editorial Production program at the Federal University of Santa Maria, aligns horror-themed elements with objectives targeted at its intended audience: young Brazilian adults who are fans of the horror genre. The design – central to the project – aims to present marketable and appealing features without neglecting visual comfort and appropriateness to the type of publication and edition theme. At the same time, it maintains a unique, recognizable, and attractive visual identity.

Keywords: Sustomania; Magazine; Graphic Guidelines; Target Audience; Horror.

▣ 1 APRESENTAÇÃO DA PRODUÇÃO

A edição piloto da revista Sustomania, elaborada na disciplina de Planejamento e Produção Gráfica do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, alinha elementos temáticos voltados ao terror e objetivos relacionados ao público-alvo para ela definido, composto por jovens adultos brasileiros fãs do gênero horror. Assim, seu design, foco do projeto, busca expor elementos mercadológicos e vendáveis sem perder de vista os aspectos de conforto visual e adequação ao tipo de publicação e tema de edição adotados, ainda mantendo uma identidade visual única, identificável e atraente.

Como edição piloto de uma revista de terror voltada para jovens adultos brasileiros, Sustomania conta com diretrizes gráficas relacionadas à temática atribuída à edição, que se trata de “Conteúdos de Terror Gratuitos”, contemplando produtos midiáticos de diferentes meios (livros, filmes e jogos), que encontram-se em domínio público ou que tenham sido disponibilizados de forma gratuita.

▣ 2 OBJETIVOS

Os principais objetivos da revista são: preencher a lacuna de revistas adultas de terror no mercado editorial brasileiro; divulgar, recomendar e criticar obras do gênero, sendo elas clássicas ou independentes; informar através de infografia, elementos visuais criativos e textos mais curtos, tendo em vista a vida corrida do público-alvo, que, em sua maioria, pertence à Geração Z.

▣ 3 PÚBLICO-ALVO

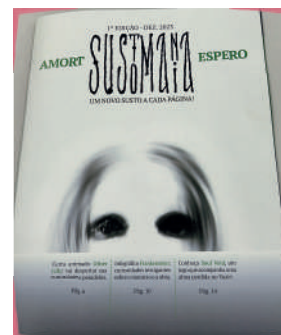
Conforme o “Classificação Indicativa: Guia Prático de Audiovisual”, regulamentado pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública, é permitido apenas aos maiores de 18 anos a presença de cenas gráficas ou realistas de violência, seu detalhamento visual, representações de sadismo, e a presença de enaltecimentos (como deixar a violência “bonita”, “interessante”, “aceitável” ou “positiva”). Sendo assim, nosso público-alvo vai dos 18 em diante.

4 ETAPAS DE PRODUÇÃO

A edição piloto da revista Sustomania foi produzida na disciplina de Planejamento e Produção Gráfica do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria, ministrada pela Profa. Dra. Sandra Depexe. No decorrer da disciplina, o enfoque dado ao trabalho tinha relação com seus aspectos gráficos e de diagramação, objetivo da matéria, enquanto o conteúdo textual foi desenvolvido posteriormente. No primeiro bimestre, foram desenvolvidas diretrizes editoriais, produzidas simultaneamente na disciplina de Produção Editorial para Revistas, ministrada pela Profa. Dra. Liliane Dutra Brignol, além de diretrizes gráficas e técnicas, que foram então postas em prática no segundo bimestre, que contou com a utilização de softwares do pacote Adobe (Indesign e Illustrator), além de bancos de imagens e fontes gratuitas, como Freepik e Google Fonts, respectivamente. Enquanto o projeto editorial, as pesquisas de referências e a análise de estado da arte para a revista foram desenvolvidos pelas alunas Elisângela Bedin, Larissa Nóbrega, Nicole Mezadri e Vitória Aires na disciplina

de Produção Editorial para Revistas, o projeto gráfico e a definição de suas diretrizes foram elaborados pelas alunas Elisângela Bedin, Letícia Souto, Nicole Mezadri e Nicole Schneider na disciplina de Planejamento e Produção Gráfica.

Figura 1



Fonte: Acervo pessoal.

5 RESULTADOS

Enquanto produto com ênfase no design de imprensa, Sustomania foi elaborada a partir das premissas impostas por um público-alvo imaginado e pesquisado, além de uma temática condizente com o tipo de publicação que representa, uma revista. Todas as decisões relacionadas às diretrizes foram tomadas pensando na legibilidade – que “se refere à facilidade que uma letra individual pode ser

distinguida da outra. [...] Resumidamente, a capacidade de reconhecer as letras” (Bartolo, 2022, s.p.) – e na leiturabilidade – “relacionada ao ‘conforto visual’. A facilidade de se ler um texto ou palavra como um todo” (Bartolo, 2022, s.p.) – para o público pretendido.

Assim, mesclando aspectos técnicos e de estilo voltados a uma temática, um público e as necessidades de leitores, Sustomania espera apresentar um design atrativo, confortável e adequado às tendências atuais do mercado editorial, além de facilmente identificável e único. Dessa forma, o produto espera enquadrar-se de maneira satisfatória nos critérios definidos para a temática de “Experimentação no Campo Editorial” da Revista O QI.

Figura 2



Fonte: Acervo pessoal.

6 RELATOS DE EXPERIÊNCIA

Durante a produção da edição piloto da revista, as integrantes do grupo foram capazes de identificar pontos fortes e fracos, oriundos de seu projeto editorial e de seu projeto gráfico, elaborados em diferentes disciplinas, como supracitado. Alguns de seus pontos fortes são o fato de a Sustomania surgir com um conceito (editorial e gráfico) inovador no mercado brasileiro, visando preencher a lacuna de revistas de terror adultas, não apenas introduzindo algo incomum no país, mas também se propondo a revitalizar o gênero com um enfoque gráfico robusto.

Figura 3



Fonte: Acervo pessoal.

Diferenciando-se das abordagens clássicas e estéticas dos anos 90 adotadas



pelas suas concorrentes, como a SCREAM⁵, a Sustomania aposta em uma perspectiva mais contemporânea, alinhada às tendências atuais e às expectativas de um público ávido por inovação no segmento de terror.

 **Figura 4**



Fonte: Acervo pessoal.

Enquanto isso, seu ponto fraco principal, que tem relação direta com seus pontos fortes, é justamente seu público-alvo específico, que de certa forma acaba por reduzir o raio de alcance da publicação. Assim, as escolhas editoriais e gráficas feitas foram raiz de inúmeras aprendizagens, isse ajustar o tom e a mensagem que o projeto experimental pretendia transmitir ao seu público visado.

⁵Acesso ao site oficial da revista em: [Scream Horror Mag](http://ScreamHorrorMag.com).

REFERÊNCIAS

QUAL a diferença de Legibilidade x Leiturabilidade?. Bartolo, 2022. Disponível em: <https://www.graficabartolo.com.br/qual-diferenca-de-legibilidade-x-leiturabilidade/>. Acesso em: 10 abr. 2025.

SECRETARIA Nacional de Justiça (org.). CLASSIFICAÇÃO Indicativa: **Guia Prático de Audiovisual**. 4º Edição. Brasília, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/classificacao-1/paginas-classificacao-indicativa/CLASSINDAUDIOVISUAL_Guia_27042022versaofinal.pdf>. Acesso em: 1 dez. 2023.

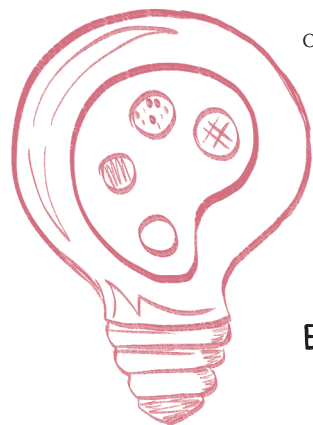
AUTORIA

¹**Elisângela Bedin** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: elisangela.bedin@acad.ufsm.br.

²**Letícia Barbosa** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: leticia.barbosa@acad.ufsm.br.

³**Nicole Mezadri** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: nicole.mezadri@acad.ufsm.br.

⁴**Nicole Schneider** é bacharela em Desenho Industrial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: nicole.schneider@acad.ufsm.br.



REVISTA ESPECTRA: CULTURA POP EM CAMADA GRÁFICAS E EDITORIAIS

ESPECTRA MAGAZINE: POP CULTURE IN GRAPHIC AND EDITORIAL LAYERS



@Vitória Skalla
Gracce¹

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

@Isabella Matos²

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: A Revista Spectra foi desenvolvida como um projeto interdisciplinar nas matérias de Produção Editorial para Revistas e Planejamento e Produção Gráfica em 2023, unindo conceitos editoriais e gráficos. Com foco na cultura pop cinematográfica e literária, a revista tem como objetivo entreter e informar o público, criando uma conexão afetiva e memorável com os leitores. O protótipo impresso é uma edição especial baseada na “Teoria da Pixar”, de Jon Negroni, e a edição relata toda a história que está por trás dela através de um design gráfico criativo e personalizado.

Abstract: Spectra Magazine was developed as an interdisciplinary project within the classes of Magazine Editorial Production and Graphic Planning and Production in 2023, combining editorial and graphic concepts. Focusing on cinematic and literary pop culture, the magazine aims to entertain and inform the public while creating an emotional and memorable connection with its readers. The printed prototype is a special edition based on Jon Negroni’s “Pixar Theory,” presenting the entire story behind the theory through a creative and personalized graphic design.

Palavras-chave: Revista; Projeto Gráfico; Diagramação; Cultura Pop.

Keywords: Magazine; Graphic Design; Magazine Layout; Pop Culture.

A Revista Espectra, composta por projeto editorial e gráfico, foi produzida como atividade interdisciplinar nas disciplinas de *Produção Editorial para Revistas* e *Planejamento e Produção Gráfica* em 2023, e em 2024 foi ganhadora na categoria *Design de Imprensa* no Expocom Sul, durante o 23º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul. Referente ao projeto editorial, a revista possui o propósito de entreter e informar seus leitores a respeito da cultura pop cinematográfica e literária. Mediante matérias exclusivas, traz universos ficcionais familiares e aconchegantes, de modo a criar uma relação de proximidade com o leitor.

A revista tem como missão transportar seus leitores para dentro de seus universos favoritos. Por se tratar de um projeto experimental, foi criado um protótipo impresso intitulado “Teoria Pixar: A grande teoria que existe por trás das famosas animações!”, cujo conteúdo teve foco nos filmes da *Pixar Animation Studios*, apresentando matérias sobre as animações que marcaram e ainda marcam toda uma geração de consumidores. O planejamento e a produção gráfica do protótipo foram desenvolvidos de maneira personalizada, resultando em

uma revista repleta de ilustrações. O layout foi projetado com flexibilidade para acomodar o conteúdo de diversas maneiras, o que permitiu que cada página tivesse um design único, com variações na diagramação, nas cores e nas ilustrações, proporcionando uma experiência única ao virar de cada página.

O desenvolvimento da Revista Espectra teve como principal objetivo ampliar as habilidades na criação de produtos editoriais, com foco especial na área gráfica. Por meio deste projeto, buscou-se adquirir competências essenciais para impressão, finalização e acabamento de produtos impressos. Durante a construção da revista, todas as etapas da produção gráfica foram exploradas, desde o conceito inicial até o produto final. Os métodos utilizados para sua construção se basearam, especialmente, na realização de pesquisas bibliográficas, tanto referentes ao conceito editorial quanto ao conceito gráfico. Em seguida, foi realizada uma análise de mercado e de circulação de conteúdos da cultura pop, o que possibilitou definir a abordagem, a segmentação e o posicionamento da revista no mercado editorial. A produção do conteúdo textual foi realizada com base na narrativa “*The Pixar Theory*” escrita por Jon Negroni.

E, com base na compreensão do design editorial, desde a teoria até a prática, foram estabelecidas a identidade visual da publicação e o padrão gráfico da edição, iniciando, assim, a produção gráfica.

Para concluir, a Revista Espectra permitiu não apenas o desenvolvimento de habilidades técnicas na produção gráfica, mas também o fortalecimento da capacidade de gerenciamento de projetos editoriais. O principal resultado alcançado com a produção do protótipo impresso foi a capacidade de aplicar conhecimentos de produção gráfica, desde a pesquisa e planejamento até a execução, resultando em um produto visualmente cativante e funcional, que proporcionou um aprendizado profundo das etapas envolvidas na produção editorial, alcançando resultados que não se limitaram apenas ao produto final, mas também incluíram o crescimento profissional e a compreensão do mercado editorial.

Figura 1: Revista Espectra com troféu do Expocom.



Fonte: Arquivo das autoras (2024)

Figura 2



Fonte: Arquivo das autoras (2024).

▣ REFERÊNCIAS

NEGRONI, Jon. **The Pixar Theory**. USA: Editora SlimBooks, 2015.

The Pixar Theory. Negroni, Jon, EUA, 2013. Disponível em: <https://jonnegroni.com/2013/07/11/the-pixar-theory/>. Acesso em: 10 de nov. 2023.

▣ AUTORIA

¹**Vitoria Skalla Gracce** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: vitoria.skalla@acad.ufsm.br.

²**Isabella Matos** é graduanda em Comunicação Social - Produção Editorial pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: isabella.matos@acad.ufsm.br.





PRODUÇÃO DA REVISTA LENTE ALTERNATIVA

PRODUCTION OF LENTE ALTERNATIVA MAGAZINE



©Nátalia Duarte
dos Santos Rubir¹

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

©Adrieny Rosa
da Silva²

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

©Kelly Goulart
Bastos³

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: A revista Lente Alternativa, com tiragem mensal, a publicação tem como proposta oferecer conhecimento através de uma linguagem acessível sobre a produção cinematográfica, com ênfase na produção nacional independente. A produção envolveu pesquisa de mercado, testes de acessibilidade e aplicação prática de conhecimentos adquiridos na produção de um curta-metragem pelas autoras. Os resultados foram: Linguagem democrática, evitando tecnicismos; Identidade visual inspirada no cinema; e Destaque a produções independentes.

Abstract: Lente Alternativa is a monthly magazine designed to share knowledge about filmmaking through accessible language, with a focus on independent Brazilian cinema. The project involved market research, accessibility testing, and the practical application of skills in the production of a short film by the authors. Key outcomes include: democratic language avoiding technical jargon, a visual identity inspired by cinema, and a spotlight on independent productions.

Palavras-chave: Produção Editorial;
Cinema Brasileiro; Design Gráfico.

Keywords: Editorial Production; Brazilian
Cinema; Graphic Design.

A Lente Alternativa é uma revista que foi desenvolvida durante os meses de agosto a dezembro de 2024, nas disciplinas de Planejamento e Produção Gráfica e Produção Editorial para Revistas do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), pelas alunas Adrieny Rosa da Silva, Kelly Goulart Bastos e Natália Duarte dos Santos Rubir. O título sugere sua proposta central: oferecer conhecimento através de uma linguagem acessível sobre a produção cinematográfica, funcionando como uma verdadeira “lente” que amplia e descomplica esse universo artístico. O *slogan* “Uma Visão Sensível do Audiovisual Nacional” reafirma o compromisso com uma abordagem que valoriza tanto os aspectos técnicos quanto humanos por trás das câmeras, destacando a produção brasileira como foco principal. Com um design simples, a revista visa se conectar com o público de profissionais do audiovisual, estudantes e entusiastas do cinema.

Para reforçar o mote, uma das seções da revista utiliza como exemplo o curta-metragem produzido por nós em disciplina de audiovisual, demonstrando que

existe lugar para produções independentes e alternativas.

A revista foi planejada para ter circulação mensal, com modelos variados de assinatura que oferecem acesso ao conteúdo digital e impresso, no formato quadrado, em papel couché brilho 200g/m² na capa e couché matte 90g/m² no miolo. O protótipo foi realizado com 20 páginas que incluem capa, contracapa, sumário, carta ao leitor e conteúdo editorial distribuído em seções temáticas: Pré-Produção, com as etapas de planejamento antes das gravações; Produção, contendo o ponto exato das gravações; Pós-Produção, falando sobre edição e toques finais técnicos; Audiovisual, com exemplos práticos sobre o tema; e Gravou?, com um jogo de interação e chamada para os próximos lançamentos.

No projeto gráfico, cada seção da revista apresenta uma cor predominante diferente, reforçando a separação dos conteúdos. Optamos por fundos pretos – em referência à escuridão das salas de cinema –, que contrastam com textos brancos e imagens vibrantes. Utilizamos as cores base dos sistemas CMYK (ciano, magenta, preto e amarelo) e RGB (verde, azul e vermelho), respectivamente

associadas à impressão e à reprodução digital. As imagens receberam filtros com tonalidades da cor principal da página, criando harmonia visual.

Figura 1



Fonte: SILVA, Adrieny Rosa da; BASTOS, Kelly Goulart; RUBIR, Natália Duarte dos Santos (2024).

Elementos interativos, como caça-palavras e citações, também foram destacados com essa cor e posicionados para estimular o engajamento do leitor.

As etapas para produção integraram investigação, experimentação e aplicação prática. Iniciamos analisando outras revistas do mesmo segmento, a fim de identificar artes gráficas e linguagem pouco adotadas, para nos expressarmos em um nicho ainda não atendido. Também foram realizados testes de acessibilidade de cores, definição da paleta de

cores, design gráfico, estabelecimento de conceito, escolha do público-alvo.

Na fase seguinte, pesquisamos técnicas de ilustração, tipografia e aplicamos o conhecimento adquirido ao atuarmos em um curta-metragem em uma disciplina de audiovisual na universidade — o que garantiu múltiplas perspectivas sobre os processos criativos e técnicos.

Figura 2



Fonte: SILVA, Adrieny Rosa da; BASTOS, Kelly Goulart; RUBIR, Natália Duarte dos Santos (2024).

Os resultados obtidos residem em três pilares. O primeiro é a linguagem simples, que evita o uso de palavras complicadas frequentemente encontradas em publicações especializadas, permitindo que tanto profissionais quanto iniciantes e entusiastas compreendam os

conteúdos sem barreiras técnicas ou acadêmicas. O segundo é o design, que incorpora elementos visuais inspirados na linguagem cinematográfica — como enquadramentos, paletas de cores e imagens que remetem ao universo do cinema. O terceiro é o compromisso com a valorização de produções nacionais, assim como curtas-metragens independentes, buscando dar visibilidade a iniciativas que muitas vezes permanecem à margem dos grandes circuitos.

Como relato pessoal, sentimos que a disciplina proporcionou um espaço de liberdade criativa essencial para o desenvolvimento do projeto, contando com o apoio de professores e profissionais da área. Cada etapa foi pensada de forma criteriosa e o foco esteve sempre na construção de uma identidade visual própria e sólida, que valorizasse o cinema nacional e produções independentes que inspirassem novos públicos a explorarem esse universo. Além disso, foram feitas diversas versões digitais de teste até alcançarmos o resultado desejado.

Apesar dos desafios — como a adaptação aos *softwares* utilizados —, conseguimos articular o trabalho em grupo de forma colaborativa e eficaz.

Ao final do semestre, ver o projeto sair do papel, transformar-se em um produto físico e estar finalmente em mãos foi uma experiência recompensadora e memorável.

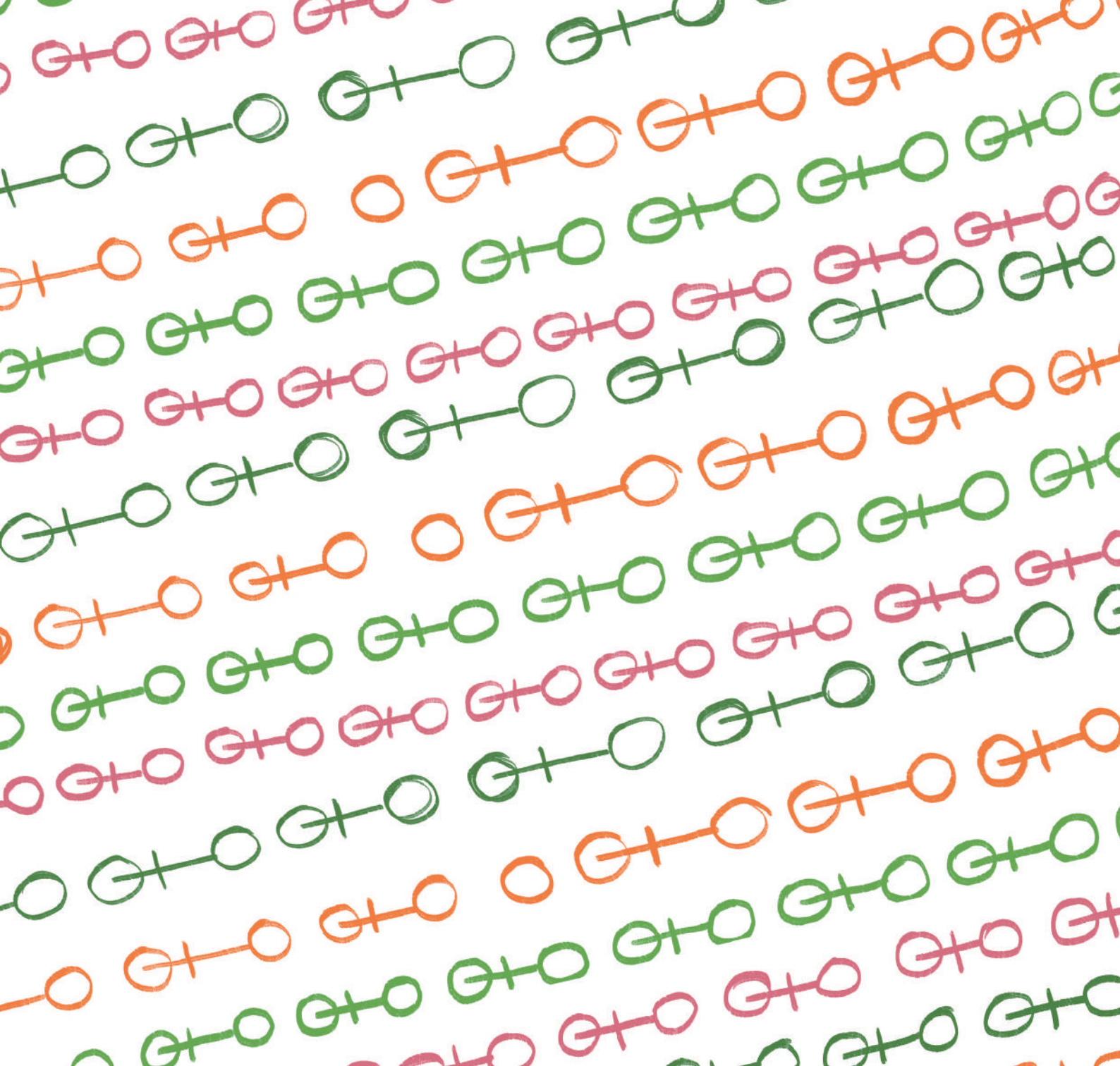


AUTORIA

¹**Natalia Duarte dos Santos Rubir** é estudante de Graduação, 5º semestre do Curso de Produção Editorial da UFSM, e-mail: natalia.duarte@acad.ufsm.br

²**Adrieny Rosa da Silva** é estudante de Graduação, 5º semestre do Curso de Produção Editorial da UFSM, e-mail: adrieny.rosa@acad.ufsm.br

³**Kelly Goulart Bastos** é estudante de Graduação, 5º semestre do Curso de Produção Editorial da UFSM, e-mail: kelly.bastos@acad.ufsm.br





▣ A FELICIDADE É UM TÍTULO ESCRITO A MÃO

HAPINESS IS A HANDWRITTEN TITLE



▣Fabio Rücker
Brust¹

Resumo: A forma de se apresentar o título de um livro é tão importante quanto as palavras, principalmente quando escrito por uma autoridade religiosa. Apresentamos o processo de adaptação do título do livro *A felicidade nesta vida*, do Papa Francisco, e a composição da capa em sua totalidade, valorizando a escrita à mão.

Abstract: The way of presenting a book's title is as important as the words themselves, even more when written by a religious authority. Here we depict the process of adapting the title of *A felicidade nesta vida*, by Pope Francis, and the book cover's composition in its entirety, valuing the hand writing.

Palavras-chave: Capa de Livro; Título; Lettering.

Keywords: Book Cover; Title; Lettering.

Em alguns casos, a forma como se apresentam determinadas palavras pode ser mais importante do que as palavras em si. Quando se trata do título de um livro escrito à mão pelo próprio Papa Francisco, podemos ter certeza de que este é mesmo o caso.

Por mais extensas que tenham sido minhas pesquisas, eu jamais fui capaz de descobrir se as palavras “La felicitá in questa vita” da capa original foram efetivamente grafadas pelas mãos da maior autoridade da Igreja Católica. Por outro lado, também não há evidências do contrário. Considerando o caráter próximo da obra e a personalidade do próprio pontífice, seria de se esperar que, em sua modesta casa no Vaticano, ele teria aberto a janela para um lindo dia de verão e escrito o título a punho em sua escrivania.

Uma das mais valiosas experiências que tive no Mestrado em Design Editorial do Instituto Politécnico de Tomar, em Portugal, foi o estágio curricular. Foi em território lusitano que surgiu o Grupo LeYa em 2008, um aglomerado de editoras portuguesas, o maior grupo editorial do país. Por conhecer a editora brasileira de mesmo nome, eu tinha muito interesse em estagiar lá. Após um longo período de

negociação, sucedi em firmar um acordo que me garantia seis meses de trabalho não remunerado. No departamento de arte, passei a trabalhar na companhia de capistas criando o rosto dos livros.

Publicado em 2017, o livro “A felicidade nesta vida” é um compilado de reflexões e, segundo a frase da capa, “uma meditação apaixonada sobre a existência terrena”. Como capista, naturalmente não li a obra antes de produzir a capa, até porque ao chegar em minhas ansiosas mãos ela já tivera oito propostas recusadas, feitas por um colega. Ele já possuía muitos elementos selecionados: a Basílica de São Pedro com fundo transparente, uma fotografia inspirada do Papa em seus primeiros anos de pontificado e algumas flores, que me pareceram discrepantes com o que eu pretendia. Os editores disseram que gostavam muito do título original, mas que o capista anterior não havia identificado a fonte utilizada.

Com meu apurado olho de *designer* em formação, percebi de pronto que não se tratava de uma fonte, mas de caligrafia feita à mão. As imperfeições nas letras e as diferenças perceptíveis entre as vogais “A” e “I”, repetidas quatro vezes cada, permitiam chegar a essa conclusão sem muita dificuldade. Optando pelo caminho mais difícil,

decidi agradecer aos editores e adaptar o título original emulando a mesma grafia.

Foi preciso redesenhar o título por completo em suporte digital antes de modificá-lo, transformando-o em arquivo vetorial, que me permitiria alterar o formato das letras, cores e tamanhos sem perda de resolução. A proximidade entre o italiano e o português facilitou o trabalho, já que as palavras possuíam letras em sequência similar. As que não existiam no original, como o “D” minúsculo, foram feitas a partir do “Q” minúsculo. Tomei o cuidado de alterar alguns detalhes de encaixe e ângulos nas três ocorrências do “D” para manter as imperfeições que caracterizavam o título como sendo feito à mão. Provavelmente a parte mais difícil foi criar o “A” maiúsculo que inicia o título, já que não havia sombra de algo parecido. Utilizei a mesma filosofia visual das letras restantes para desenhar a letra do zero, ainda que a tenha ornamentado com traços e oscilações retiradas do original. Montei a capa com os elementos que já tinha e enfatizando a cor branca, presente na roupa utilizada pelo Papa.

Seguindo a capa original, mantive o título em vermelho, embora posteriormente acreditasse que este poderia se

beneficiar da impressão em Pantone, um catálogo de cores que permite utilizar tons muito mais vibrantes e interessantes do que a impressão tradicional.

Depois da recusa de oito propostas do capista anterior, enviei a minha primeira com um misto de empolgação e nervosismo. Felizmente, ela foi aprovada por unanimidade por todos os editores e impressa alguns meses depois para meu júbilo.

▣ **Figura 1:** Adaptação do título original para a versão em português.

The image shows two versions of a handwritten title in red ink. On the left, the text is 'La felicità in questa vita' written in a cursive, slightly slanted script. On the right, the text is 'A felicidade nesta vida' written in a similar cursive script, but with a more upright orientation. The ink is a vibrant red, and the background is white.

Fonte: Arquivo do autor.

A experiência foi tão interessante e valiosa que decidi utilizá-la como base para o trabalho final do mestrado. Decidido a perseguir a carreira de capista, chamei meu trabalho de “A Arte do Título” e analisei diferentes obras

cujos títulos haviam sido feitos à mão, além de entrevistar duas importantes figuras do mercado editorial brasileiro e português que se valiam deste tipo de artifício para compor suas capas. Com o tempo, recebi muitas outras oportunidades de adaptar capas estrangeiras para o idioma português, inclusive com possibilidades em que saber modificar um título me permitiu recriar ornamentos e características do original que melhor refletem sua essência.

O estágio curricular foi extremamente importante para me permitir ingressar em um mercado específico e ter a experiência de trabalhar em um grande grupo editorial, com o qual trabalho até hoje como *freelancer*. Embora enviar livros de Portugal para o Brasil seja um exercício de paciência que evitamos, enquanto ainda estava lá recebi exemplares das obras nas quais trabalhei e esta foi uma delas. “A felicidade nesta vida” segue na minha estante.

Figura 2: Edição portuguesa do livro *A felicidade nesta vida*.

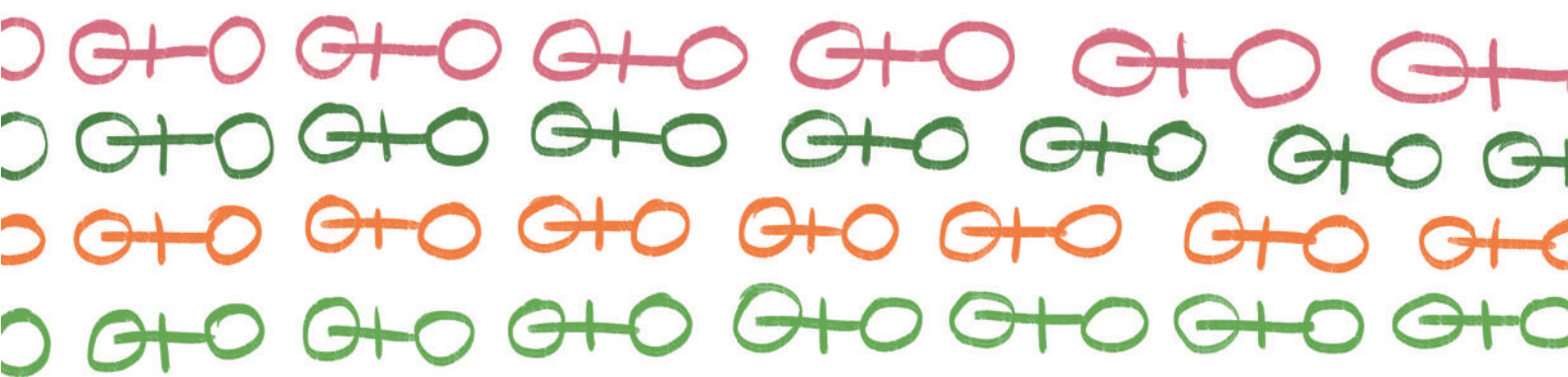


Fonte: Arquivo do autor.



AUTORIA

Fabio Rucker Brust é mestre em Design Editorial pelo Instituto Politécnico de Tomar.
E-mail: fabio Brust@hotmail.com







EXPERIMENTAÇÃO EM EDUCAÇÃO



▣ BATE PAPO COM LÓREN KELLEN CARVALHO JORGE



Lóren Kellen Carvalho Jorge, supervisora de design instrucional. Doutora em Comunicação e mestre em Tecnologias Educacionais em Rede pela UFSM. Atua na produção de conteúdos para EAD, com foco em inovação e gestão educacional.

▣ O QI:

Nossa equipe editorial realizou pesquisas para fazer um levantamento de nomes que, de alguma forma, atuam e contribuem para o desenvolvimento dos campos de interesse da Produção Editorial e Comunicação Social de um modo geral, com isso, seu nome foi um dos citados, resultado das buscas e escolhido como uma referência. Como você chegou na área de atuação em que

se encontra hoje? Por que a escolheu? Quais os principais desafios em ser um profissional da sua área?

Lóren:

Os livros didáticos já faziam meus olhos brilharem desde quando era somente uma aluna do ensino fundamental. A organização, os elementos visuais, a estrutura didático-pedagógica, os recursos e imagens chamam a minha atenção. Eles foram

uma das razões para a escolha do curso Produção Editorial. Durante a graduação, passamos por diferentes áreas, mas foi na disciplina de Gestão e Mercado Editorial que conheci o segmento dos didáticos pela primeira vez como uma possibilidade real de atuação profissional. Depois, na disciplina de Projeto Experimental em Educação tive a oportunidade de conhecer outros assuntos relacionados e também colocar em prática os aprendizados das outras disciplinas. Como a disciplina de Projeto Experimental em Educação fazia parte do 6º semestre, estava também pensando no assunto para o TCC. Dessa forma, fui tomando nota do que me interessava e a área educacional sempre foi mais significativa para mim porque dialoga com meus valores pessoais, com a contribuição social que gostaria de deixar para a sociedade, porque acredito no poder da transformação que a educação pode fazer pelas pessoas.

Os desafios são os mesmos de qualquer outra área, ir aperfeiçoando e estudando, afinal de contas, o aprendizado acontece ao longo da vida. Ora ensino, ora aprendo.

Outro desafio são as constantes mudanças regulamentadoras, já que o mercado da educação é, em grande parte, regulado por algumas políticas públicas e pelo Ministério da Educação. É importante conhecer quais são as legislações que regem e que são importantes para a área, pois em alguns casos é exigido seguir as suas diretrizes.

Por fim, o mercado é predominantemente eixo Rio-São Paulo, apesar de existirem grandes empresas fora deste eixo, como em Florianópolis e Porto Alegre. Com o trabalho remoto, nossas oportunidades melhoraram, mas ainda assim, algumas empresas optam por atuarem apenas presencialmente, o que impede a atuação sem um deslocamento físico para outras cidades.

4 O QI:

Nós, estudantes de Produção Editorial, fazemos parte de um núcleo muito maior: o da Comunicação Social, que engloba um universo de criações e oportunidades. A partir de suas experiências pessoais e profissionais, de que forma você enxerga a atuação da

Comunicação Social no contexto social atual?

Lóren:

A Comunicação Social permite que tenhamos uma formação social, cultural e humanitária, além disso, possibilita conhecimento sobre diversos temas, que perpassam a educação e são importantes para qualquer formação ou área de atuação. As disciplinas básicas do eixo comum dos cursos de Comunicação nos fazem desenvolver senso crítico para a nossa atuação enquanto profissionais, mas também quando produzimos ou analisamos produtos editoriais. Além disso, elas nos dão aptidões que são úteis para qualquer área.

⚡ O QI:

Como a sua formação em Produção Editorial se conecta com a de Educação? Como elas se complementam? Como esses campos se cruzaram no seu processo de formação profissional? O que você imaginava criar e descobrir dessa combinação?

Lóren:

A conexão da educação e da produção editorial existe porque o setor de livros didáticos é um dos grandes pilares da

produção e de vendas do setor editorial brasileiro. Os livros didáticos fazem parte desde cedo da vida dos estudantes, dessa forma, não é possível separar a produção editorial dos livros didáticos. É um setor extremamente consolidado, com grandes números de faturamento e volume.

Como relatei na primeira pergunta, eu sempre tive vontade de trabalhar com livros didáticos, por isso, optei pela Produção Editorial, então o processo foi naturalmente chegando a partir do avanço nas disciplinas mais específicas do curso. Apesar de gostar de outras áreas, como o design editorial, por exemplo, trabalhar com educação sempre foi o plano A.

⚡ O QI:

Hoje em dia você diria que atua mais em qual área? Que projetos você busca participar? Quais despertam o seu interesse?

Lóren:

Atuo na educação, mas de forma mais específica no Design Instrucional. Hoje a educação pode te levar para diferentes caminhos: do mais formal, atuando diretamente com produções do PNLD; da

educação a distância e do ensino híbrido; e também da educação corporativa, que atua com treinamento e desenvolvimento de colaboradores de empresas de todas as áreas. Como disse anteriormente, nunca paramos de aprender, por isso, a educação e a produção editorial estão juntas do ensino fundamental até o formal e fora disso, no mercado de trabalho, dentro das empresas!

4 O QI:

O tema da Revista O QI desse ano é “Experimentação no Campo Editorial”, na qual estamos fazendo uma edição comemorativa dos 15 anos de Produção Editorial, buscando valorizar a criação e desenvolvimento de produtos e projetos no contexto do campo editorial, que servem não só de instrumentos para evolução da área, mas também dos alunos e futuros profissionais. Na sua formação profissional você teve a oportunidade de fazer experimentações, desenvolver protótipos e criar projetos que de alguma forma contribuíram para sua experiência profissional? Se sim, poderia dar algum exemplo do que foi desenvolvido e como isso te ajudou?

Lóren:

Sim! Tive muitas disciplinas experimentais e a prática experimental também estava presente em outras disciplinas, pois era frequentemente os trabalhos que envolviam o desenvolvimento de alguma etapa ou produto para aplicação dos conhecimentos teóricos. Isso é muito positivo, porque permitiu aprendermos com os erros e acertos, proporcionou desenvolver habilidades para trabalho colaborativo, arguição, feedbacks, aprender a trabalhar com situações inesperadas e adversas etc.

Sobre exemplo, vai ficar difícil, porque em 2025 completo 10 anos de formada! Mas foram inúmeros, em produções audiovisuais, onde desenvolvemos um documentário sobre a Associação dos Pais, Familiares e Amigos do Down, além da prática, tivemos o contato com pessoas externas ao curso e a Universidade, o que possibilita outras perspectivas e também traz novos desafios. Desenvolvemos também uma série adaptando um livro de Machado de Assis para hipermídia, criando um e-book em formato de PDF interativo, com áudios e outros recursos. Também lembro do projeto



Descola na disciplina de Projeto Experimental em Educação.

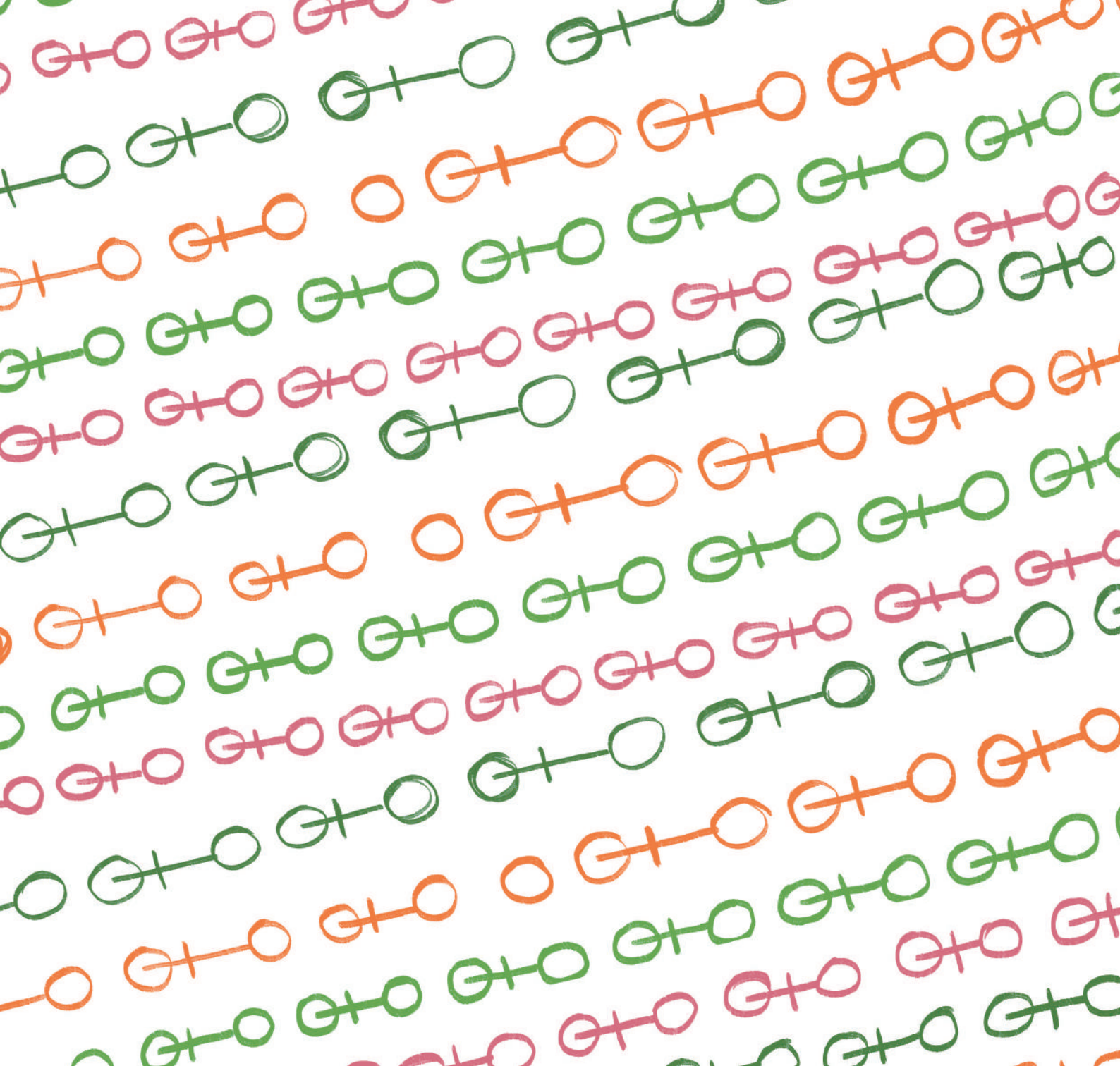
4 O QI:

A Produção Editorial tem como mascote o camaleão, representando a capacidade de seus profissionais em se adaptar a diferentes contextos e realidades. Nos últimos anos temos vivenciado grandes mudanças, tanto na tecnologia, quanto nas áreas em que estamos inseridos, provocando nos profissionais desse campo a necessidade de aprimorar seus conhecimentos, habilidades e competências. Você acha que é possível se adaptar a essas mudanças? De que forma isso pode ser feito? Existem novos formatos, linguagens e/ou plataformas que os futuros - e atuais - comunicadores precisam conhecer?

Lóren:

Sim, faz parte do ser humano ser adaptável e evoluir com o passar dos anos e o surgimento de novas ferramentas. Dessa forma, nunca deixamos de nos adequar às mudanças do mundo. As ferramentas que utilizam Inteligência Artificial e outros softwares de interface são úteis para a profissão do comunicador e do produtor editorial. Porém,

além das ferramentas, precisamos também desenvolver conhecimentos em diferentes áreas, por exemplo, o UX, que foca na experiência do usuário, é essencial para diferentes áreas, seja na educação, na publicidade e propaganda, no design editorial, é um conhecimento que agrega ao profissional e permite que ele saia na frente, mesmo que não atue diretamente com isso. Conhecimento é poder. Então, além de nos preocuparmos com novos formatos e linguagens, também podemos pensar quais são outros assuntos que podem ser úteis, quais outras metodologias podem ser usadas em nosso trabalho para melhorarmos nossas habilidades.



▣ PRODUÇÃO DO PROJETO EXPERIMENTAL "TARÔ LITERÁRIO: ENTRE CARTAS E CLÁSSICOS"

PRODUCTION OF THE EXPERIMENTAL PROJECT "TARÔ LITERÁRIO: ENTRE CARTAS E CLÁSSICOS"



▣ **Isabella Matos¹**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

▣ **Vitória Skalla
Gracce²**

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: O *Tarô Literário: Entre Cartas e Clássicos* é um livro paradidático criado para incentivar a leitura da literatura nacional entre jovens. Associando cartas de tarô aos arquétipos presentes em vinte e duas obras brasileiras, o projeto busca tornar o ato de ler mais envolvente e acessível. Com uma estética mística e recursos gráficos interativos, o livro também funciona como Recurso Educacional Aberto (REA), promovendo participação ativa dos leitores. A obra propõe novas formas de conexão entre estudantes e a literatura, enfrentando a desvalorização da leitura existente no meio desse público.

Abstract: *Tarô Literário: Entre Cartas e Clássicos* is a supplementary educational book created to encourage young readers to engage with Brazilian literature. By linking tarot cards to the archetypes found in twenty-two Brazilian literary works, the project aims to make reading a more engaging and accessible experience. With a mystical aesthetic and interactive graphic elements, the book also functions as an Open Educational Resource (OER), promoting active participation from readers. The work proposes new ways of connecting students with literature, addressing the lack of value often attributed to reading among this audience.

Palavras-chaves: Produto Educacional; Livro; Projeto Gráfico; Projeto Experimental; Tarô.

Keywords: Educational Product; Book; Graphic Design; Experimental Project; Tarot.

O *Tarô Literário: Entre Cartas e Clássicos* é um livro educacional paradidático que visa incentivar e valorizar a literatura nacional entre adolescentes e jovens estudantes. Desenvolvido na disciplina de *Projeto Experimental em Educação* no curso de Comunicação Social - Produção Editorial, o livro busca desconstruir inseguranças e estereótipos negativos frequentemente associados à leitura de obras nacionais e ao modelo tradicional de ensino. Genette (2009), em *Paratextos Editoriais*, determina que para o livro ser reconhecido como o objeto que é, precisa ter, além de um texto com significado e tamanho (mais ou menos longo), paratextos. É a utilização desses elementos que cria sentido para a existência do livro, servindo como mensagens materializadas em um discurso que contempla o texto em si, complementando-o e guiando-o para ser um meio pelo qual a cultura é difundida.

Dessa forma, o livro *Tarô Literário* surge com o propósito de suprir a falta de identificação por parte dos estudantes e mascarar a sensação de obrigatoriedade da leitura. Acompanhando

paratextos voltados à educação, aplicação, REAs e meios de acesso às obras selecionadas, o livro paradidático une conteúdos essenciais para a formação do ensino da literatura brasileira a um baralho de tarô composto por 22 cartas, conectando os arquétipos dos Arcanos Maiores a temas, personagens e narrativas presentes nas obras literárias selecionadas. Ao introduzir os arquétipos do tarô como ponto de partida, a sensação de obrigatoriedade associada à leitura é transformada em um processo mais espontâneo e envolvente.

4 Figura 1 e 2



Fonte: Acervo pessoal.

O livro organiza seu conteúdo textual em seções: Explicação da Carta e Arquétipo, Aura da História (sinopse da obra), Relato Místico (resenha da

obra), Guardião da História (biografia do autor e frase da obra) e Carta Literária (relação entre obra e carta). Foi selecionada uma obra literária para cada carta, totalizando 22 obras, 15 clássicas e 7 contemporâneas, sendo a inclusão das obras contemporâneas uma estratégia para evidenciar o potencial atual da literatura nacional. As obras selecionadas levam aos jovens o rico patrimônio literário nacional, apresentando uma multiplicidade de perspectivas sobre a formação da identidade brasileira. O público primário do projeto é composto por estudantes que precisam se aprofundar nas obras selecionadas, seja por exigências acadêmicas/escolares, seja como preparação para vestibulares.

Figura 3



Fonte: Acervo pessoal.

O conceito gráfico do projeto tem o objetivo de evocar e transmitir mistificidade e magia, explorando uma estética remetente ao esoterismo, funcionando como uma representação e extensão visual e simbólica do próprio conteúdo textual. O projeto gráfico uniu funcionalidade e estética, colaborando diretamente com uma experiência sensorial e envolvente, promovendo uma facilidade de navegação, interação e compreensão dos materiais gráficos e de seus respectivos conteúdos. Além do baralho de tarô e do livro, o projeto acompanha dois saquinhos em tecido para colaborar com a durabilidade e o transporte dos materiais.

Para a construção do projeto *Tarô Literário: Entre Cartas e Clássicos* foi resgatado um problema que persiste há algumas gerações: a falta de incentivo e, conseqüentemente, a desvalorização da literatura nacional, especialmente entre jovens estudantes. Apesar da literatura ser um dos principais pilares para o desenvolvimento cultural e crítico de uma sociedade, a valorização e o hábito de leitura de obras nacionais têm enfrentado desafios cada vez maiores, especialmente no contexto escolar.

Raramente o jovem tem o poder de escolha em relação às leituras, desencadeando, por vezes, uma leitura forçada ou pouco apreciada. Freire (2000), em *A importância do ato de ler: em três artigos que se completam*, relata que em suas andarilhagens, encontrou diversos jovens estudantes relatando suas dificuldades com extensas bibliografias mais devoradas do que realmente lidas ou estudadas.

4 Figura 4



Fonte: Acervo pessoal.

Nas pesquisas decorrentes, foi notado outro aspecto contribuinte para a desvalorização das obras nacionais: a falta de identificação dos estudantes com o contexto e os personagens das obras literárias. É notório que diversas obras abordam temas e cenários que

podem parecer distantes da realidade contemporânea dos estudantes. Dessa forma, ao pesquisar ferramentas capazes de criar vínculos entre a literatura e o universo jovial, o tarô foi identificado como uma possibilidade envolvente e criativa para estabelecer conexão e identificação. Considerando as noções descritas por Wang (1983), em *O Tarô Cabalístico: um manual de filosofia mística*, o tarô representa uma viagem alegórica e cada carta é uma experiência vivida ao longo do caminho, que assim possibilita a criação de conexões diretas com a literatura. A partir das definições de Moraes (2011), em sua obra *Educação Aberta. Recursos Educacionais Abertos (REA): um Caderno para Professores*, o livro *Tarô Literário* foi desenvolvido para funcionar como um REA, de modo a promover o acesso aberto e a participação ativa de seus leitores, incentivando os alunos a questionar, modificar e criar recursos. Os REAs são produtos feitos da comunidade para a comunidade, sendo altamente colaborativos; com eles é possível interagir, criar e recriar de diversas maneiras novas ideias ou complementos à ideia original, estabelecendo, assim, uma relação ativa



entre o produto e seu destinatário. Desse modo, foram disponibilizadas diferentes versões do livro e das cartas que o acompanham, tanto para impressão quanto para consulta digital.

♣ **Figura 5**



Fonte: Acervo pessoal.

REFERÊNCIAS

BANZHAF, Hajo. **Guia completo do tarô**. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. 6. ed. São Paulo: Pensamento, 2004.

BARTLETT, Sarah. **A bíblia do tarô**. Tradução de Maria José Silveira. São Paulo: Pensamento, 2009.

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**. 39^a ed..São Paulo: Cortez, 2000.

GENETTE, Gérard. **Paratextos editoriais**. Tradução: Álvaro Faleiros. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.

MORAIS, Elayne; RIBEIRO, Aline; AMIEL, Tel. **Educação Aberta. Recursos Educacionais Abertos (REA): Um Caderno para Professores**. Campinas, UNICAMP, 2011.

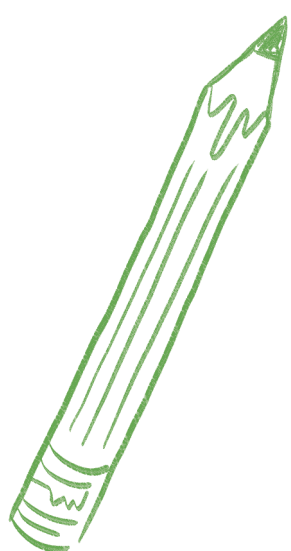
POLLACK, Rachel. **78 graus de sabedoria**. Tradução de Lucy Kumi Oda. São Paulo: Alfabeto, 2021.

WANG, Robert. **O Tarô Cabalístico: Um Manual de Filosofia Mística**. Editora Pensamento, 1983.

AUTORIA

¹Isabella dos Santos Matos é graduanda no curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Universidade Federal de Santa Maria: isabelladossantosmatos@gmail.com.

²Vitoria Skalla Gracce é graduanda no curso de Comunicação Social - Produção Editorial. Universidade Federal de Santa Maria: vitoriaskalla@gmail.com.



OS JEITOS QUE O MENINO VÊ: UM JOGO DE CARTAS ADAPTADO PARA O ENSINO DE BRAILLE

THE WAYS THE BOY SEES: A CARD GAME FOR LEARNING BRAILLE



Mayara Menezes
de Queiroz¹

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Pedro Lucas
B. Figueiredo²

Universidade Federal
de Santa Maria
(UFSM)

Resumo: Este trabalho descreve o desenvolvimento de um Recurso Educacional Aberto (REA) para apoiar crianças com Deficiência Visual (DV) na alfabetização. O recurso, um jogo de cartas táteis inspirado no “Cara a Cara”, usa a função háptica como ferramenta pedagógica. Integra a história “Os jeitos que o menino vê”, promovendo o aprendizado do braille por meio da interação tátil. O jogo foi construído artesanalmente com materiais adequados, e todo o material foi disponibilizado em um site para uso no Atendimento Educacional Especializado (AEE).

Palavras-Chaves: Tecnologia Assistiva; Alfabetização; Ilustração tátil; Deficiência Visual; Material adaptado tátil

Abstract: This paper describes the development of an Open Educational Resource (OER) to support children with Visual Impairment (VI) in literacy. The resource, a tactile card game inspired by “Cara a Cara”, uses haptics as a teaching tool. It is part of the story “The ways the boy sees”, promoting braille learning through tactile interaction. The game was handmade using suitable materials, and all the material was made available on a website for use in Specialized Educational Assistance (AEE).

Keywords: Assistive Technology; Literacy; Tactile illustration; Visual impairment; Tactile adapted material

“Os jeitos que o menino vê - O jogo” é um projeto desenvolvido no curso de Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), na disciplina Projeto Experimental em Educação com orientação do Prof. Dr. Leandro Stevens. O produto foi elaborado como um Recurso Educacional Aberto (REA), conforme a proposta, com o objetivo de tornar o material acessível de forma ampla e gratuita. Ademais, foi estabelecida uma parceria voluntária com o Projeto “REDE BÁSICA: A BNCC na Educação Básica³”, uma iniciativa institucional em andamento na UFSM.

O produto produzido na disciplina é um jogo de cartas táteis que possui a finalidade de promover a inclusão e o aprendizado do sistema braille através do desenvolvimento da função háptica. Essa função está relacionada à percepção de texturas, movimentos e forças sendo ativada a partir da exploração ativa do ambiente (Mauerberg-deCastro et al., 2004), compondo um dos sistemas essenciais para a orientação

espacial. Assim, o jogo visa oferecer ferramentas didáticas que proporcionam suporte ao Educador(a) Especial na alfabetização das crianças com Deficiência Visual (DV) no Atendimento Educacional Especializado (AEE).

Inspirado na dinâmica do jogo de tabuleiro “Cara a Cara”, a jogabilidade foi adaptada para possibilitar a identificação tátil de elementos da história “Os jeitos que o menino vê” da autora Sueli Salva. A meta é ser o primeiro jogador a adivinhar a carta secreta do adversário, e assim formar corretamente a palavra associada a ela utilizando as peças de braille. Para iniciar, é essencial que as crianças ouçam a história, uma vez que isso ajudará a familiarizá-las com os elementos representados nas cartas sensoriais e facilitará o reconhecimento dos objetos durante o jogo.

Ainda, um fator que contempla as cartas é a possibilidade de inserir materiais dentro da abertura da estrutura que junta a base da carta com a superfície, para que ao manusear

³O projeto REDE BÁSICA visa desenvolver duas mil e duzentas horas de programas educativos, recursos e materiais didáticos para veiculação em rádio comunitária e TV aberta, acompanhados de material impresso.

provoque sons, o que pode ser utilizado como recurso de ensino de acordo com a atividade realizada pelo educador especial. Também, para facilitar o uso do jogo em ambientes educacionais, foi criado um site⁴ de apoio que oferece informações detalhadas sobre como utilizar o jogo, além de fornecer recursos para que os educadores possam construir o jogo.

4 Figura 5



Fonte: Próprios autores.

Para a construção do material experimental, foram utilizados dois principais métodos: a pesquisa bibliográfica e a análise exploratória de materiais e produtos educacionais voltados à

inclusão de crianças com deficiência. A construção física do material foi realizada em parceria com a marcenaria do curso de Desenho Industrial da UFSM. Também, para a orientação pedagógica, a Educadora Especial Khetlin A. S. P. dos Santos auxiliou no entendimento das necessidades no que tange a aplicação do produto no Atendimento Educacional Especializado (AEE), assim como o processo de alfabetização de uma criança com DV, os desafios e os métodos utilizados, dentro e fora do ambiente escolar.

Por fim, a criação de recursos pedagógicos adaptados para crianças com DV é uma demanda necessária no contexto educacional brasileiro, especialmente considerando os desafios enfrentados por essas crianças no acesso a uma educação inclusiva e de qualidade. Sendo assim, é imprescindível a produção e adaptação de materiais de forma a contemplar as necessidades educacionais especializadas dos estudantes, das quais são outorgadas na Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Lei nº 13.146).

OS JEITOS que o menino vê. Disponível em: <https://osjeitosqueomeninov.e.my.canva.site/os-jeitos-que-o-menino-v>. Acesso em: 18 maio 2025.

Assim, é de suma importância estimular a exploração tátil para o impulsionamento do desenvolvimento cognitivo, dado que o brincar para a criança com DV auxilia nas habilidades e capacidades sensoriais, cognitivas, motoras, sociais e afetivas, no qual o lúdico incentiva a construção de imagens mentais ou representações simbólicas (Souza, 2018). Para Weid (2015, p. 938), o desenvolvimento cognitivo é possível através do uso de outros sentidos, porém é “apenas alcançável através de aprendizado, de cultura. Conhecer o mundo por meio dos outros sentidos, ao contrário do imediatismo e facilidade da visão, é uma habilidade a ser estimulada, ensinada e aprendida”. Assim, o autor argumenta que o desenvolvimento cognitivo da criança cega deve partir da interação de seu corpo com o ambiente.

O que se busca, a partir das noções de exploração, movimento, ação no ambiente, é dar oportunidade à criança que não enxerga de colher o máximo de informações possíveis, auditivas, táteis etc., para construir internamente uma representação do mundo aproximada ao máximo de como ele “realmente” é (Weid, 2015, p. 941).

Por meio de atividades lúdicas, as crianças podem explorar conceitos de forma criativa e intuitiva, enquanto reforçam habilidades fundamentais, como leitura e escrita em braille, e o desenvolvimento da função háptica. O jogo proposto possui o objetivo de ser uma ferramenta prática e acessível para o aprendizado do braille, ao mesmo tempo em que facilita a construção de imagens mentais e a compreensão do mundo de forma mais ampla. Para isso, ele está sendo aplicado atualmente no AEE com uma criança com deficiência visual que está em processo de alfabetização. Essa etapa é fundamental para o desenvolvimento do projeto, pois permite observar se a ferramenta necessita de adaptações, além de verificar seus resultados concretos em situações reais de uso. Afinal, como reforça um dos lemas centrais da luta das pessoas com deficiência, “nada sobre nós, sem nós”.



REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei no 13.146, de 6 de julho de 2015.** Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Brasília, DF: Presidência da República, 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 11 dezembro 2024.

MAUERBERG-DECASTRO, Eliane *et al.* Orientação espacial em adultos com deficiência visual: efeitos de um treinamento de navegação. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 17, n. 2, p. 199-210, 2004.

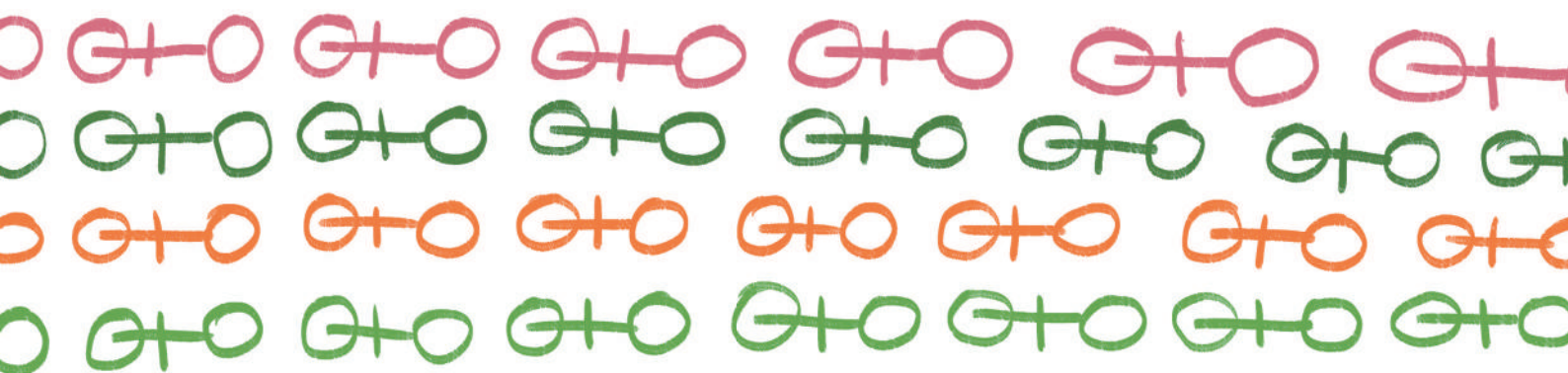
SOUZA, Otávio Silva Honorato. A importância do brincar no desenvolvimento das crianças cegas. In: MAIA, Willian Alex Ranzolin (org.). **Inclusão e reabilitação da pessoa com deficiência visual: um guia prático.** Bento Gonçalves: Instituto Internacional da Deficiência Visual, 2018. p. 61-73. Disponível em: www.novoipc.org.br/sysfiles/livro-portal-da-deficienciavisual.pdf. Acesso em: 11 dezembro 2024.

WEID, Otto Voni de Deus. O corpo estendido de cegos: cognição, ambiente, acoplamentos. **Sociologia & Antropologia**, v. 5, n. 3, p. 935-960, dez. 2015.

AUTORIA

¹**Mayara Menezes de Queiroz** é graduanda do curso de Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: mayara.menezes@acad.ufsm.br.

²**Pedro Lucas Bastos Figueiredo** é graduando do curso de Desenho Industrial na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: pedro.bastos@acad.ufsm.br.





▣ LIVROS

Larissa Taís Ferreira

"Machado místico: experimentação em um livro-objeto de contos de Machado de Assis"
2023



▣ PRODUÇÃO TEXTUAL

Fabio Rücker Brust

"A prática da autopublicação: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação"
2014



▣ REVISTA

João Mateus do N. Cardoso

"Revista Aura: uma proposta transmidiática"
2018



▣ E-BOOK

João Moro de Oliveira

"Fosso Abaixo: um projeto experimental em produção editorial"
2017

EDITORIAL

EDUCAÇÃO

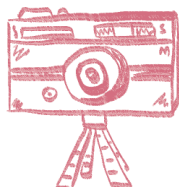
AUDIOVISUAL



▣ ÁUDIO

Bruna Paim de Souza

"Até aí tudo bem: os hábitos de consumo de fãs do podcast de True Crime Modus Operandi"
2023



▣ FOTOGRAFIA

Kethrin Sally Camargo dos Santos

"Fade: uma narrativa fotográfica produzida como autorretrato Fine Art"
2022



▣ TELEVISÃO

Marcos Amaral de Oliveira

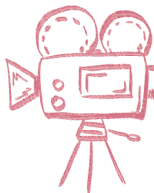
"Vórtice: a criação de uma websérie de ficção da Universidade Federal de Santa Maria"
2019



▣ ROTEIRO

Gabriela Garcia de Oliveira

"Marcada: a produção de roteiro para seriado ficcional de suspense"
2023



▣ VÍDEO

Aline Carla França dos Santos

"Maça: projeto experimental de um média-metragem"
2023



▣ EXPERIMENTAÇÃO EM EDUCAÇÃO

Júlia Lopes Tupini

"Produção editorial em educação midiática: Pare e Pense - projeto de combate à desinformação para jovens santamarienses"
2022

PESQUISAS DESENVOLVIDAS

PRODUÇÃO EDITORIAL



▪ ESCRITA CIENTÍFICA

Jamir Gonçalves Ferreira

“Projeto experimental: acessibilidade de publicações científicas digitais – boas práticas para pessoas autoras e gestoras”
2023



▪ REVISTA CIENTÍFICA

Luizi Custodio Jovasque

“Perfil das revistas científicas nacionais de extensão universitária: ações para a gestão editorial”
2022



▪ DESIGN EDITORIAL

Amanda de Oliveira Pinho

“As cores do mundo: criação de recurso auxiliar ao ensino sobre cores”
2022



▪ WEBSITE

Andrei Rodrigues Lopes

“Website do curso de Produção Editorial - UFSM: proposta de estrutura e recursos multimídia para obtenção da visibilidade”
2023



▪ PUBLICAÇÕES DIGITAIS

Leandra Cohen Schirmer

“#Gamergate Controversy: o discurso de ódio biopolítico no universo gamer”
2017



▪ TRANSMÍDIA

Giovana Luísa Machado

“Projeto experimental: A Mulher do Fim do Mundo – uma narrativa transmídia para mulheres”
2023

INTERNET

PUB. CIENTÍFICA

DESIGN

■ AGRADECIMENTOS

A equipe editorial agradece a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para a realização da 14ª edição da O QI - Revista Experimental do Curso de Produção Editorial. Em especial, estendemos nosso apreço aos autores desta edição, que confiaram em nosso projeto e contribuíram para a construção de um produto mais do que especial. Também reconhecemos todo o auxílio prestado pelos avaliadores, que dedicaram seu tempo para tornar nossa revista cada vez melhor.

Agradecemos ao Departamento de Ciências Sociais pelo apoio e suporte institucional na produção do periódico e a coordenação de Produção Editorial, pelo auxílio pedagógico para a realização da disciplina e décima quarta edição.

Reconhecemos todo o esforço aplicado pela equipe deste ano, composta pelas equipes de Gestão, Planejamento Gráfico, Acessibilidade, Revisão e Divulgação, que tornaram possível a construção de um produto especial e comemorativo, reforçando nossa identidade de experimentação e adaptação. Por fim, agradecemos a Profª Drª Cláudia Regina Ziliotto Bomfá, que auxiliou cada uma das equipes em suas demandas e instruiu toda a turma durante as etapas desta disciplina de Projeto Experimental em Revistas Científicas.



■ CHAMADA PARA AUTORES

Nosso curso completou 15 anos e conquistou o conceito 5 pelo MEC... e agora? Que venham mais 15! E você pode fazer parte dessa história. Todo ano uma nova versão da O QI surge, trazendo visões diferentes, temas especiais e muita criatividade. Mas isso tudo só acontece com a sua participação. Fique de olho na nossa rede de divulgação, tanto no site institucional da UFSM, quanto no nosso Instagram (@revistaoqi), para participar das nossas futuras edições e enviar seus trabalhos mais criativos. Como autor, é possível participar do Edital para artigos livres (lançado no segundo semestre), ou do Edital para dossiê temático (lançado no primeiro semestre). Você tem espaço na nossa revista!

 @revistaoqi

 revista.oqi@ufsm.br

EQUIPE DE 2025



EDITORIA CHEFE



Prof.ª Dr.ª Cláudia
Regina Ziliotto Bomfá

GESTÃO EDITORIAL



Carlos Eduardo
Schraiber



Henrique Bourscheid

PLANEJAMENTO GRÁFICO



Clarissa Pereira



Isabella Matos



Maria Minussi



Vitória Figueira Aires



Vitória Skalla Gracce

➤ REVISÃO E CAPTAÇÃO



Elisângela Bedin



Geilyan Martins



Micaela Furlan Palma



Nicole Mezdri

➤ ACESSIBILIDADE



Julia Capeleti



Marcella Benevides

➤ PLANEJAMENTO DE MÍDIA



Brenda Amorim



Julia Felipeto



Pedro Porto



Tiragem

200 cópias

Papel

Supremo 250 g/m² (capa)

Offset 90g/m² (miolo)

Tipografia

Lora

Brasileiro

Impressão

Imprensa Universitária - UFSM

REVISTA EXPERIMENTAL DO CURSO
DE PRODUÇÃO EDITORIAL DA UFSM

