

FOLGUEDOS BRASILEIROS EM EVIDÊNCIA: a revista Zaori e o potencial do design editorial digital

BRAZILIAN FOLKLORE SPOTLIGHTED: the Zaori magazine and the potential of digital editorial design

FONSECA, Elina Maria Barroso; Graduando; Centro Universitário de Belo Horizonte - UniBH
elinamari876@gmail.com

SOUZA, Gabriel Fernando Santiago; Graduando; Centro Universitário de Belo Horizonte - UniBH
gbfsantiago@gmail.com

SILVA, Claudio Henrique da; Doutor, Universidade do Sul de Santa Catarina - UniSul
claudio.henrique@ulife.com.br

Resumo

O artigo propõe a criação da revista Zaori, uma revista digital que visa preservar e valorizar os folguedos brasileiros, ao destacar a importância dos folguedos populares na cultura brasileira, que devido à sua regionalização, a fragmentação da informação e a falta de plataforma focada no tema, são pouco conhecidos fora de suas áreas de origem correndo risco de desaparecer. A revista centraliza informações relevantes, democratizando o acesso às diversas culturas do Brasil e promovendo a preservação dessas manifestações culturais.

Palavras Chave: Folguedos brasileiros; Preservação cultural; Revista digital.

Abstract

The article proposes the creation of Zaori Magazine, a digital magazine aimed at preserving and valorizing Brazilian folk festivities. It highlights the importance of these popular festivities in Brazilian culture, which, due to their regional nature, fragmented information, and lack of a focused platform, are little known outside their areas of origin and at risk of disappearing. The magazine centralizes relevant information, democratizing access to Brazil's diverse cultures and promoting the preservation of these cultural expressions.

Keywords: Brazilian Folklore Festivals; Cultural Preservation; Digital Magazine.

1 Introdução

Os folguedos populares representam um espaço vital de experimentação das várias modalidades de expressão cultural no Brasil. Eles são uma característica marcante do povo brasileiro, manifestando-se através de músicas, danças, linguagem, lendas e religião. Essas tradições carregam uma grande responsabilidade identitária, com raízes profundas na comunidade e na região, promovendo um forte sentimento de pertencimento desde a infância. Como uma expressão coletiva, os folguedos são vivenciados em comunidade, não simplesmente ensinados. Exemplos disso são Bumba-meu-boi, Quadrilha, Folia de Reis, entre outros.

No entanto, devido à sua característica regional, essas práticas ritualísticas frequentemente permanecem confinadas aos seus limites geográficos, sendo pouco conhecidas além de suas fronteiras e, por vezes, correndo o risco de desaparecer. É crucial promover e valorizar essas formas de expressão cultural, especialmente em um país com uma das culturas mais diversas e miscigenadas do mundo.

Na era pós-moderna, a globalização e os avanços das Tecnologias de Comunicação (TC) facilitam o acesso à informação e a criação de novos canais para promover o debate sobre folclore e cultura popular. Porém, a fragmentação do conhecimento e a ausência de uma plataforma específica que concentre informações sobre essas manifestações culturais pode resultar em esforços dispersos, alcance limitado e perda de oportunidades de valorização e preservação.

Nesse contexto, este artigo propõe o desenvolvimento editorial e gráfico de uma revista digital, intitulada revista Zaori, que faz referência ao personagem folclórico homônimo capaz de enxergar os tesouros escondidos da terra, com base em três objetivos específicos fundamentais.

Primeiramente, realizando um mapeamento detalhado de revistas que abordam temas de cultura popular e folclore, buscando compreender as melhores práticas e tendências do setor. Em seguida, elaborando uma linha editorial consistente e alinhada com o segmento cultural proposto pela revista, garantindo que os conteúdos publicados estejam em sintonia com os interesses e necessidades do público leitor. Além disso, será desenvolvido um projeto gráfico para a versão digital da revista, visando não apenas estética e funcionalidade, mas também uma experiência de leitura enriquecedora e acessível para todos os usuários interessados nos folguedos brasileiros.

Com um design leve, criativo, reflexivo e informativo, a revista Zaori pretende reunir informações sobre os folguedos brasileiros em todas as suas manifestações artísticas, como músicas, danças, lendas e ritos e democratizar o acesso às diversas culturas do Brasil, promovendo a valorização e preservação dessas expressões culturais.

2 Folguedos e suas problemáticas

Os folguedos são manifestações culturais e festivas que fazem parte do folclore brasileiro, representando a diversidade e riqueza das tradições regionais do país. Essas expressões folclóricas englobam uma ampla variedade de atividades, como danças, músicas, teatro popular, jogos, festas religiosas e rituais comunitários, como define Lima (1962), e depois de numerosas discussões, foi aceito que por folguedo popular se entenderia todo fato folclórico, dramático, coletivo e com estruturação. Dramático não só no sentido de ser uma representação teatral, mas também por

apresentar um elemento especificamente espetacular, constituído pelo cortejo, sua organização, danças e cantorias. Coletivo por ser de aceitação integral e espontânea de uma determinada coletividade; e com estruturação, porque através da reunião de seus participantes, dos ensaios periódicos, adquire uma certa estratificação. Seu cenário são as ruas e praças públicas de nossas cidades, especialmente nos dias de festas locais, em louvor de santos padroeiros ou do calendário. (LIMA, 1962, p. 11)

Cada região do Brasil possui seus próprios folguedos, muitas vezes refletindo influências históricas, étnicas e geográficas específicas. Eles são fundamentais para a preservação da identidade cultural e para o fortalecimento dos laços comunitários, sendo celebrados em diversas ocasiões ao longo do ano, tanto em festividades tradicionais quanto em eventos contemporâneos que valorizam as tradições populares, onde grupos de participantes, os brincantes, se juntam para cantar, dançar, recitar versos, conversar e interagir: é o momento de brincar.

Apesar da inegável riqueza e importância social, a divulgação e, conseqüentemente, a valorização dos folguedos brasileiros permanecem como desafios persistentes mesmo nos dias de hoje. Como destacou Câmara Cascudo, nenhuma ciência possui, como o folclore, um espaço tão vasto para pesquisa e aproximação humana. (CASCUDO, 1986, P. 15). Contudo, tais manifestações culturais ainda não alcançaram a visibilidade e valorização que merecem, dificultando sua preservação e a disseminação do folclore brasileiro para o coletivo nacional e os poucos que conseguem são espetacularizados.

Os folguedos brasileiros vêm sofrendo uma espécie de "*gourmetização*" nos últimos anos. O termo que originalmente era utilizado para descrever uma pessoa de paladar refinado apreciador da boa comida e dos bons vinhos e agora se transformou em sinônimo para qualquer coisa que emule luxo, como diz Lourenço (2016), é um fenômeno controverso que vem ganhando atenção. No caso dos folguedos, esse termo refere-se ao processo de transformar manifestações culturais populares, como festas tradicionais e folguedos, em eventos mais comerciais, elitizados e distantes de suas raízes originais. Isso muitas vezes envolve uma adaptação dos elementos tradicionais para atrair um público mais urbano e consumidor, às vezes em detrimento da autenticidade e do significado cultural dessas expressões, como o Congresso Brasileiro de Folclore (2004) explicita:

A representação da cultura popular tradicional nos meios de comunicação de massa - especialmente, na televisão, como projeção de folclore - são, na maioria das vezes, apresentados simplesmente como exóticos e descontextualizados em relação à vida das comunidades onde foram produzidos.

Roberto Benjamin, autor de um dos Anais publicados no Congresso Brasileiro de Folclore, chamado de "Espectacularização da Cultura e Refuncionalidade dos Grupos Folclóricos", descreve as relações de troca, muita das vezes injusta, entre promotores de folguedos e a comunidade produtora da expressão cultural como sendo exploratória. Os espetáculos são utilizados para o lazer da grande massa, fazendo com que a comunidade se sacrifique em prol de um reconhecimento deturpado de sua própria vivência, construindo uma imagem completamente fora da realidade daquele povo. A construção por trás dos folguedos não é promovida, as mãos dos populares que fizeram o evento acontecer não ganham reconhecimento e até mesmo sua origem é esquecida.

O folgado se modifica com a apropriação do Governo que, ao invés de investir no trabalho popular da comunidade, o utiliza como ferramenta de arrecadação pública através do turismo,

expondo a comunidade a expectativas de outras pessoas sobre suas produções, que já não são mais suas uma vez que precisam abrir mão do artesanato e dos ensinamentos populares sobre a construção de seus folguedos, liberando espaço para a tão apreciada evolução tecnológica dos patrocinadores que prometem “melhorar as suas vidas”. Muda-se a organização do festejo, suas datas tradicionais, seus personagens, sua história, e o que era um marco popular se transforma em um mega-evento feito de maneira precarizada e estereotipada.

Aos grupos folclóricos moderninhos que insistem em se autodenominar bumba-meu-boi, apropriaram-se na brincadeira junina tradicional e transformaram-na em um show de tv, espetáculo colorido e esfuziante, agradável aos olhos, senão imitação pelos menos inspirados nos grupos de ‘tchan’ ou nas escolas-de-samba. (...) O antigo rebanho agora se chama quadra de ensaio. Os cordões são alas. A dança primitiva e espontânea obedece a uma coreografia ensaiada por experts de ballets. O amo passou a mestre-sala. Os adereços têm grifes de renomados artistas plásticos. Enfim, o boi sofisticou-se. (...) Aliás, realçado pelas reduzidas indumentárias das brincantes que põem em destaque as formas esculturais de verdadeiras modelos. Mas, por que chamá-lo bumba-meu-boi? Por que não classificá-lo, com toda a propriedade e justiça como grupo de dança folclórica, teatro de rua ou coisa equivalente? (Carlos de Lima. Os bois entre aspás. Boletim da Comissão Maranhense de Folclore, 18, São Luís, dez. 2002, p.15)

O sagrado se banaliza conforme essas mudanças são feitas e aceitas pela grande mídia, seja por ignorância ou conformidade e, embora essa “*gourmetização*” possa trazer visibilidade e até mesmo recursos financeiros para as comunidades locais, muitas vezes, essas transformações podem descaracterizar ou simplificar demais as tradições originais, reduzindo-as a um mero entretenimento superficial que pode contribuir para a exclusão de grupos sociais que historicamente participam desses eventos de maneira mais autêntica. Nasce daí a necessidade de encontrar um ponto de equilíbrio entre o sagrado e o moderno, como explicita Marques (2004) no seguinte trecho:

Mas, se as culturas tradicionais e as suas manifestações culturais, enraizadas nas culturas locais, podem beneficiar economicamente com a contribuição do turismo, também as culturas urbanas modernas podem receber das culturas tradicionais e das suas manifestações culturais a recuperação de uma memória ancestral perdida, num processo dialético entre a tradição e a modernidade. Se o folclore assegura a manutenção da identidade e o reforço das formas de sociabilidade indispensáveis à cultura contemporânea, o turismo alimenta-se do folclore, para manter permanentemente atualizado o mercado dos bens simbólicos destinados à sua economia aberta. (CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE, 2004. p.32)

Para que eles sejam promovidos de maneira ética, envolveria o apoio a iniciativas que valorizassem e respeitassem as comunidades locais, oportunizando a participação ativa e o resgate das tradições genuínas dos folguedos brasileiros, amparando quem realmente faz parte do folguedo, a sua comunidade. Parte do problema decorre da fragmentação do conhecimento sobre esses movimentos, uma vez que nos deparamos com a ausência de uma plataforma centralizada para reunir informações, narrativas e conteúdos pertinentes sobre essas expressões culturais. Isso resulta em esforços dispersos, alcance limitado e, conseqüentemente, na perda de oportunidades para sua valorização e preservação.

3 A digitalização das revistas e a globalização do conhecimento popular

Ao longo da história, o acesso à informação e à cultura passou por diversas transformações. Antes da invenção da escrita, a transmissão do conhecimento na pré-história era feita principalmente de forma oral, por meio de histórias, músicas e rituais. Esses meios primitivos, embora ricos em tradição e comunicação interpessoal, muitas vezes limitavam o alcance e a preservação do conhecimento, dependendo da memória e da continuidade das práticas culturais.

Com o advento da escrita por volta do final do 4º milênio a.C., surgiu uma nova forma de armazenamento e transmissão do conhecimento, permitindo uma disseminação mais ampla e duradoura das informações e outros eventos importantes, como o desenvolvimento de sociedades complexas e a formação de identidades culturais. Para este último, acredita-se que a escrita desempenhou um papel fundamental, pois, por meio da literatura, mitologia e história registradas, foi possível que as sociedades definissem, preservem e passassem suas tradições e identidades.

No entanto, por motivos de controle de poder, controle ideológico e até estratificação social, durante séculos, o acesso à educação e à literatura foi restrito a uma elite privilegiada, dificultando a participação e contribuição de diferentes grupos sociais na produção e preservação da cultura, restrição essa que ainda se faz presente de maneira tênue.

No contexto contemporâneo, a internet emerge como uma ferramenta eficaz para a promoção e preservação das manifestações culturais, incluindo os folguedos brasileiros. Com o advento da era digital, a internet se tornou uma plataforma acessível, que permite a disseminação rápida e global de informações, conteúdos e experiências culturais. Conforme observado por Castells (1996), a internet desempenha um papel fundamental na criação de novos canais de comunicação e interação, possibilitando a conexão entre pessoas de diferentes partes do mundo e o compartilhamento de conhecimento de forma instantânea.

Após o estrondoso impacto que a Tecnologias de Comunicação (TC) e os celulares portáteis causaram nas dinâmicas sociais e na produção de produtos, as revistas vêm buscando novas formas de serem disseminadas, transfigurando-se em revistas digitais *on-line* que pudessem fazer parte da nova era hipermediática. No entanto, esse ambiente virtual também demanda uma renovação na forma que a comunicação é feita, pois dispõem de novos recursos para a transmissão da informação, utilizando na maior parte das vezes mais de um meio para transmitir e mostrar a relevância do conteúdo, como sons, animações, vídeos, imagens e simulações em três dimensões, diz Candello (2006).

As revistas digitais surgiram como uma das novas formas de comunicação, uma das principais características das revistas digitais é a sua acessibilidade, permitindo que os leitores acessem o conteúdo a qualquer momento e de qualquer lugar com acesso à internet. Como pontuam os autores:

Há não só a necessidade de se adaptar seus conteúdos gráficos às potencialidades multimidiáticas desse novo ambiente, mas também a conveniência de se adequar a própria lógica de construção e distribuição desse conteúdo visando seu consumo em situações de mobilidade, uma vez que os leitores poderão acessá-los a qualquer tempo e lugar, alterando-se as próprias condições e circunstâncias de fruição. (BRESSAN; BELDA, 2015, p.2)

De acordo com Dourado (2014), as revistas digitais podem ser classificadas em seis categorias distintas: a) *Sites* de revistas, acessados principalmente por computadores pessoais,

geralmente organizados verticalmente, permitindo a inclusão de recursos multimídia e sua visualização em tablets e smartphones; b) *Webzines*, que se assemelham às revistas impressas, com conteúdo estático e sem atualização dinâmica, contam com tecnologia *flip-page*, podem simular a passagem de páginas como no impresso; c) Revistas portáteis, acessíveis por meio de aplicativos desenvolvidos para tablets e smartphones; d) Revistas expandidas, que replicam virtualmente a versão impressa e podem incluir alguns recursos multimídia; e) Revistas nativas digitais, mais modernas e inovadoras, adaptando o conteúdo e utilizando diversas tecnologias para incorporar recursos multimídia; e, por último, f) Revistas sociais, aplicativos que agem como agregadores de conteúdo de diversas fontes, organizando uma linha do tempo com temas escolhidos pelo usuário.

4 Design editorial para mídias digitais

No cenário contemporâneo, editoras de diversos setores estão constantemente adaptando suas publicações para a plataforma digital. O design editorial digital surge como uma resposta dinâmica, integrando princípios de design gráfico, interação e usabilidade para criar experiências de leitura envolventes e acessíveis online. Margolin (1996) destaca que o design editorial vai além da estética visual, abrangendo aspectos funcionais que melhoram a experiência do usuário e facilitam a disseminação de informações. Palácios (2003) explora a multimedialidade das publicações digitais, convergindo formatos tradicionais como imagem, texto e som em diversas plataformas e suportes. Essa integração visa complementaridade entre mídias, otimizando a distribuição de conteúdo digital.

Para uma revista digital sobre folguedos brasileiros, o design editorial digital desempenha papel crucial. Ele assegura que a plataforma seja intuitiva e atrativa para um público diversificado, integrando múltiplas formas de mídia (texto, imagem, vídeo, áudio) para uma experiência de leitura multissensorial e acessível, aproveitando os benefícios da internet.

A análise de revistas digitais revela uma estrutura organizada, incluindo capa, sumário, editoriais e seções distintas. Essa organização não só facilita a compreensão do conteúdo, mas também promove uma harmonia visual utilizando princípios de design como hierarquia e contraste. A linha editorial claramente definida guia as decisões editoriais, refletindo a identidade da publicação e estabelecendo uma conexão significativa com seu público-alvo através de temas relevantes e um estilo editorial coerente.

5 Projeto Gráfico

O projeto gráfico de uma revista digital é crucial para garantir uma comunicação visual e textual eficaz. No contexto específico das revistas digitais, o projeto gráfico abrange desde o briefing até a escolha de técnicas de reprodução, conforme Panizza (2004), organizando informações de forma clara e coerente para promover uma mensagem impactante e atrativa, como sublinhado por Burtin (1960). Esses elementos visuais, como layout, diagramação, grid, cor e tipografia, são essenciais para construir a identidade visual da revista e criar uma experiência de leitura envolvente e impactante para seu público-alvo.

O layout no design gráfico é a organização estruturada de elementos visuais não textuais para criar uma composição funcional e atrativa. Segundo Ellen Lupton e Jennifer Cole Phillips (2008), ele resolve problemas complexos de comunicação ao proporcionar unidade e consistência

ao projeto. Raposo (2014) destaca que a disposição do texto e das imagens, o ponto focal da página e o uso do espaço em branco moldam a eficácia comunicativa do design. Ao integrar formas, cores e imagens, o layout influencia a percepção e o engajamento do público, fortalecendo a coesão visual e a compreensão do conteúdo.

A diagramação por sua vez, como ressaltado por Andre Jute em *Grids: The Structure of Graphic Design* (1996), é responsável por estabelecer uma estrutura visual coesa que facilita a compreensão do conteúdo e a interação do usuário com a informação apresentada. Esse processo engloba a definição do tamanho do texto, espaçamento entre linhas e parágrafos, alinhamento, hierarquia de informações e escolha de estilos de fonte. Por meio da diagramação, não apenas se busca uma apresentação clara e legível, mas também uma composição esteticamente agradável e funcional, conforme ressaltado por Beth Tondreau (2011).

Já o grid, fundamental no design de *layout*, é descrito como uma estrutura que transforma um espaço vazio em um campo organizado, conforme destacado por Lupton e Phillips (2008, p. 175). Samara (2007) enfatiza que utilizar um *grid* proporciona benefícios como clareza, eficiência e identidade, ao estabelecer uma ordem sistemática que facilita a navegação e compreensão das informações apresentadas. Essa estrutura invisível é composta por linhas guias que definem o alinhamento e a organização dos elementos visuais em uma composição.

No caso da cor, ela se torna um elemento fundamental na concepção de projetos gráficos, desempenhando um papel crucial na comunicação visual e na criação de identidades visuais distintas. De acordo com Farina, Perez e Bastos (2006), as cores atuam como meios de comunicação que transmitem significados por meio de associações ou símbolos. Portanto, a associação que é feita a determinada cor pode depender da cultura do indivíduo. “A cor muda de sentido de uma cultura para outra. As cores carregam diferentes conotações em diferentes sociedades” (LUPTON; PHILLIPS, 2008, p. 71).

Ademais, Segundo Robert Bringhurst em *The Elements of Typographic Style* (1992), a escolha cuidadosa da fonte, tamanho, espaçamento e outros atributos tipográficos é essencial para estabelecer uma hierarquia visual clara. Essa hierarquia não só organiza o conteúdo, mas também destaca informações cruciais e orienta o leitor pelo texto. No contexto brasileiro, designers como Alexandre Wollner e Andrea Kulpas também enfatizam a importância da tipografia e da hierarquia visual, influenciando significativamente o design gráfico nacional. As letras são como características individuais do conteúdo, cada uma com seu papel específico dentro do texto, mostrando sua singularidade e o impacto que têm no leitor.

6 As metodologias utilizadas

O artigo adotou uma abordagem híbrida, combinando métodos quantitativos e qualitativos para realizar uma pesquisa bibliográfica abrangente. A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória (SANTOS, 2004, p. 64.), utilizando levantamento bibliográfico e documental sobre folguedos brasileiros, revistas culturais online, e aspectos de editorial e design gráfico. Além disso, é uma pesquisa descritiva (GIL, 2001, p. 32.), focada em mapear elementos como formatos, acessibilidade, interatividade, usabilidade, plataformas de publicação, layout, diagramação, projeto gráfico e recursos multimídia de revistas digitais culturais. A abordagem qualitativa proporcionou uma compreensão aprofundada do papel das revistas culturais online na disseminação e promoção da cultura em diversos contextos sociais e culturais.

Para o desenvolvimento da revista digital sobre folguedos brasileiros, adotou-se a

metodologia letraset (DENARDI, 2019, p. 36.), por ser específica para projetos editoriais (MEDEIROS; BIANCHINI; DENARDI, 2022, p. 37.). Utilizou-se apenas os três primeiros passos (Público alvo, Conceito Editorial e Projeto Gráfico) que fazem parte da etapa de Planejamento. Inicialmente, realizando uma imersão no universo dos folguedos para compreender o público-alvo e suas necessidades específicas. Posteriormente, definindo os desafios e objetivos do projeto, orientados pela necessidade de criar uma plataforma informativa e envolvente sobre os folguedos brasileiros. Essa metodologia não apenas resulta na criação de uma revista digital, mas também proporciona uma experiência imersiva que ressoa com a diversidade cultural.

7 O que o mercado editorial brasileiro aponta

A pioneira em democratização do conhecimento sobre os diferentes folguedos brasileiros para a massa que encontramos se dá por meio de uma revista de cunho nacional que rodou o país de 1961 a 1976, a Revista Brasileira de Folclore, dirigida pelo folclorista e etnólogo Edison Carneiro, feita de maneira colaborativa com outros profissionais. Carneiro expõe o que o grupo, que ele representava, tinha em mente para com a RBF no seguinte trecho:

Todo movimento cultural tem os seus próprios órgãos de repressão. Ao movimento folclórico brasileiro não faltaram publicações, de variada periodicidade (...). Faltava, porém, uma revista de caráter nacional, posição que esta agora corajosamente assume. E isto pela inexistência, não tanto de quem a patrocinasse financeiramente, mas de um organismo que assegurasse a sua continuidade com o material resultante dos trabalhos que viesse a promover e a estimular (...). As páginas desta revista serão um espelho do nosso entendimento crescente da realidade da vida popular brasileira. (CARNEIRO, 1961, p. 3.)

Mesmo sendo um espaço de afirmação cultural coletiva, em 1964 a RBF sofreu um duro golpe durante a ditadura militar e durante a reforma democrática o periódico foi retirado de publicação. A partir desse momento, a informação sobre folclore voltou a ser fragmentada, dificultando a acessibilidade ao assunto e conseqüentemente privando o cidadão de sua própria identidade nacional.

Ao pesquisarmos mais a fundo, também encontramos a revista Cultura Vozes, mas o periódico bimestral se mostrou um mistério quanto ao seu conteúdo, tudo o que pudemos descobrir foi que se tratava uma publicação dedicada à cultura popular brasileira, focando em temas como folclore, artes populares, festas regionais, patrimônio imaterial e outras expressões culturais do Brasil. Sua publicação era feita pela editora Vozes e rodou em Petrópolis, Rio de Janeiro, de 1970 a 1990, de acordo com o acervo da Biblioteca Central da UNICAP. Não foram encontradas edições disponíveis online.

No mercado editorial digital brasileiro, um levantamento foi feito das revistas que mais se aproximavam do tema, cultura popular, uma vez que nenhuma revista específica sobre folguedos foi encontrada pelos autores. A pesquisa revelou revistas que podem ser classificadas em três categorias: publicações acadêmicas, revistas de artes e literatura e publicações regionais e locais.

Na categoria de publicações acadêmicas, a Revista de Cultura Popular (UECE) se destaca por sua abordagem rigorosa das manifestações culturais, mas sua linguagem técnica pode afastar o público geral. A Patrimônio e Memória (UNESP) oferece análises históricas valiosas, mas sua periodicidade e foco específico deixam espaço para uma abordagem mais abrangente dos folguedos brasileiros. Na área de artes e literatura, a *Cult* aborda uma variedade de tópicos

culturais, mas sem foco exclusivo em folguedos, enquanto a Bravo! destaca eventos culturais e tradições regionais, com ênfase maior nas artes. Nas publicações regionais, a SerTão Cultura celebra tradições do sertão nordestino, mas sua cobertura é limitada a essa região, e a Raíz explora as raízes culturais brasileiras com forte apelo visual, mas não é dedicada exclusivamente a folguedos.

Portanto, foi possível identificar as lacunas onde a revista pode atuar de maneira eficiente já que muitas publicações acadêmicas sobre cultura popular são inacessíveis ao público geral devido ao uso de jargão técnico e enfoques especializados. A Zaori pode preencher essas lacunas oferecendo conteúdo acessível e envolvente, mantendo o rigor informativo em linguagem popular. Além disso, enquanto algumas revistas têm periodicidade limitada e foco restrito, a revista pode publicar edições regulares e abrangentes, cobrindo folguedos de todas as regiões do Brasil. Poucas revistas se dedicam exclusivamente aos folguedos, e a Zaori vem com o intuito de preencher esse espaço com uma abordagem detalhada e exclusiva.

8 Público-alvo

O público-alvo da revista foi definido com base nos estudos prévios, analisando quem participava dos folguedos, por quem eram feitos, além de uma análise feita da RBF, sua equipe editorial e seu público. Portanto, o público da Zaori tem como foco um grupo diversificado de pessoas interessadas em cultura popular e tradições folclóricas, abrangendo diferentes faixas etárias, níveis de escolaridade e perfis socioeconômicos. Seu público tem a faixa etária entre 20 e 50 anos, muitas das quais possuem formação superior em áreas como história, antropologia, artes e educação. Entre os leitores estão folcloristas, pesquisadores, professores, estudantes e gestores culturais, bem como artistas envolvidos com manifestações folclóricas.

A revista atrai especialmente pessoas de regiões onde os folguedos são mais presentes, como o Norte, Nordeste e o Centro-Oeste do Brasil, mas também alcança leitores de áreas urbanas que desejam reconectar-se com suas raízes culturais. O público é heterogêneo, variando desde classes médias e altas, que consomem produtos culturais regularmente, até pessoas de classes mais baixas, que têm uma conexão direta com as tradições populares e buscam mantê-las vivas.

9 ISSUU como plataforma da zaori

Para a criação da revista Zaori, a plataforma ISSUU mostrou-se a escolha mais adequada por diversos motivos estratégicos e funcionais. A ISSUU proporciona uma experiência de leitura dinâmica e envolvente. Isso possibilita à revista Zaori incorporar elementos multimídia, portanto, ao optar pelo ISSUU, o usuário que vai ler a revista tem a opção de ver seu conteúdo em uma simulação de uma revista, que é o caso do *flipbook*, assim como também poderá ler deslizando a tela para cima ou para baixo nas matérias que serão postadas separadas, atendendo às necessidades técnicas e funcionais, mas também alinhando-se com os objetivos de promover e valorizar os folguedos brasileiros, proporcionando uma experiência de leitura rica, interativa e amplamente acessível. Para melhorar isso ainda mais, no futuro pretende-se adicionar descrições de vídeo ao ISSUU, para usuários que usam descrição de áudio.

A plataforma permite também o download da revista em formato PDF, contendo *hiperlinks* para os conteúdos multimídia, como é o caso de vídeos e músicas, ademais, todas as imagens e símbolo têm texto alternativo, os textos são apresentados como texto e não como imagem e são

reconhecíveis por RCO — reconhecimento de caractere óptico, além disso, é possível dar *zoom* e ler em tela cheia. Este recurso permite a leitura local, sem a necessidade de estar conectado à internet, mantendo o dinamismo e permitindo a inclusão de pessoas que possuem limitações de conexão.

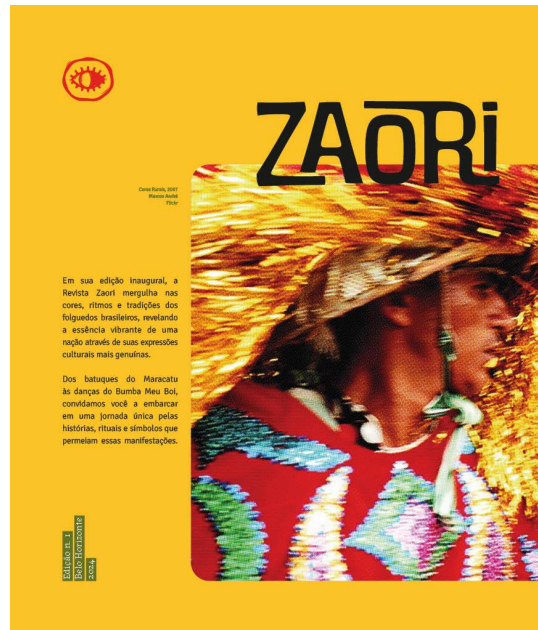
10 Conceito Editorial

A revista Zaori é feita com a missão de celebrar, preservar e promover os folguedos populares do Brasil. Nosso objetivo é revelar as tradições que pulsam em nossa cultura, inspirando as novas gerações a abraçar e celebrar essas expressões que fazem vibrar a nossa identidade. Queremos ser uma ponte entre o passado e o presente, unindo comunidades e artistas por meio de conteúdos que expressem a alegria, a diversidade e a importância dos folguedos na cultura brasileira.

A missão da revista guia a sua fórmula editorial que, de forma estratégica, explora os folguedos brasileiros por meio de várias perspectivas como as origens históricas com uso de áudios e vídeos, conta também com uma agenda cultural com eventos relacionados, festivais e dicas de participação, reverenciando a ritualidade e simbolismo, abordando ritmos, tradições e significados sociais, teatro e dramatização com origens, cantos, danças e instrumentos populares, artesanato e vestuário, incluindo trajes tradicionais e entrevistas com artesãos, culinária e música com receitas e músicas típicas, e história e tradição com linha do tempo, figuras históricas e contexto social, político e econômico dos folguedos.

Dessa maneira, a revista busca explicitar seu conceito editorial através de seu nome “Zaori”. Nomeá-la Zaori foi uma forma poderosa para uma revista dedicada à promoção dos folguedos brasileiros, devido à sua conexão com a lenda folclórica do zaori, uma figura mística com o dom de encontrar tesouros escondidos e revelar o que está oculto. Assim como o zaori desenterra riquezas ocultas, a revista tem o propósito de revelar e valorizar os tesouros culturais dos folguedos, trazendo à luz tradições muitas vezes esquecidas. O nome carrega o simbolismo de descoberta e preservação, além de possuir uma sonoridade encantadora e misteriosa que atrai e convida os leitores a explorar as profundezas da cultura popular brasileira.

Figura 17 - Capa Zaori



Fonte: Elaboração dos autores.

11 Projeto gráfico editorial

O projeto gráfico da Revista Zaori foi concebido para refletir a vibrante essência dos folguedos brasileiros, combinando tradição e modernidade em um design que encanta e informa. As páginas da revista se transformam em um cenário visualmente rico, onde cores vivas e elementos gráficos inspirados em xilogravura, danças e festas populares se unem para criar uma experiência imersiva.

Figura 18 - Iconografia



Fonte: Elaboração dos autores.

O logo da Zaori foi feito para transparecer em suas formas a riqueza do vernacular, com formas irregulares e sua palavra em caixa alta, quase moldado a mão. Ao escolher um estilo de xilogravura, o logo se conecta com uma estética visual rica em detalhes texturizados e contrastes marcantes, características comuns nesse tipo de arte e que se repetem durante toda a revista.

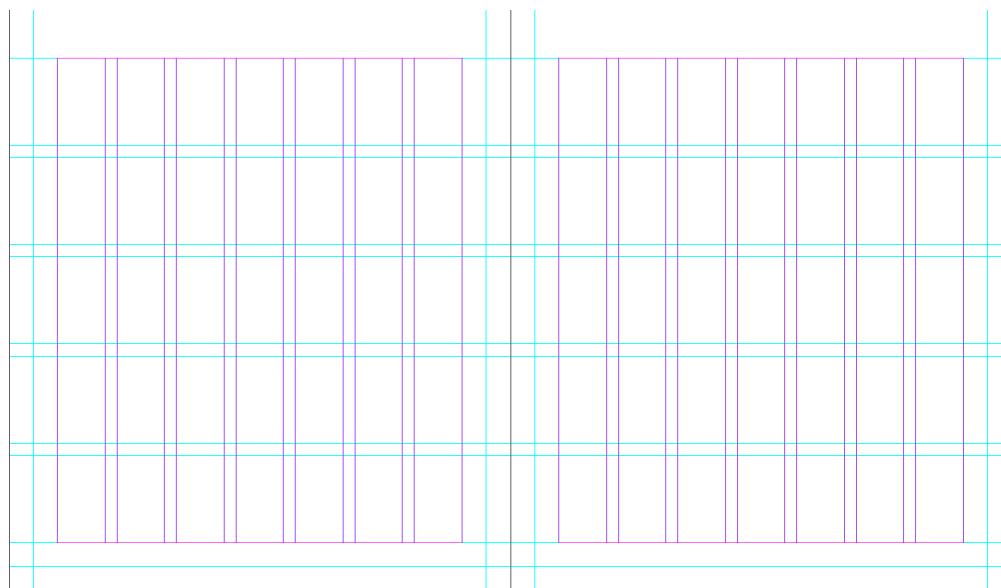
Figura 19 - Logotipo



Fonte: Elaboração dos autores.

O *grid* da revista foi definido com 7 colunas e 5 linhas. Essa estrutura proporciona flexibilidade de *layout*, permitindo distribuir o texto de maneira equilibrada ao longo da página. Isso não apenas melhora a organização visual, mas também facilita a leitura, evitando linhas de texto excessivamente longas que poderiam cansar os olhos dos leitores. Além disso, o *grid* é ideal para design responsivo, adaptando-se de forma eficiente a diferentes tamanhos de tela, o que é crucial em um ambiente digital diversificado. Esteticamente, o *grid* ímpar de colunas contribui para uma apresentação visualmente harmoniosa, permitindo uma disposição equilibrada do texto e dos elementos gráficos complementares, como imagens e infográficos. Além disso, nosso formato 250mm X 290mm permite a responsividade entre o impresso e o digital, de forma que se aproveite o melhor de ambos os formatos. Uma publicação quadrada, apesar de preencher toda a tela em formato *widescreen*, é desconfortável para manusear quando impresso. Além disso, ao pensar no respiro visual dentro do ambiente digital, as margens laterais proporcionam um conforto visual e melhor adaptação para plataformas de hospedagem de publicações e interativas.

Figura 20 - GRID



Fonte: Elaboração dos autores.

A revista utiliza três tipografias distintas para criar um design equilibrado e visualmente atraente. A Canvas Inline, de 36 pontos, destaca-se pelos seus títulos ousados e estilizados, proporcionando um impacto visual marcante que facilita a memorização. Para o corpo de texto, a Signika, tamanho 14, foi escolhida por sua clareza e legibilidade em diferentes contextos editoriais, promovendo uma leitura confortável e sem fadiga visual. Já a Journal OT, também de tamanho 14 e com estilo serifado, é reservada para citações, oferecendo um contraste visual que as distingue claramente do texto principal, transmitindo uma sensação de autoridade e formalidade adequada para referências importantes.

Figura 21 - Tipografia



Fonte: Elaboração dos autores.

A paleta de cores foi selecionada para refletir a riqueza dos folgedos brasileiros, proporcionando uma experiência visual significativa. Segundo Farina, Perez e Bastos (2005), as cores têm um papel essencial na comunicação, impressionando visualmente, evocando emoções e construindo significados simbólicos. As cores escolhidas incluem Amarelo Ouro, Vermelho Luta,

Verde Flora, Azul Mar, Branco Diamante e Preto Antracito.

O Amarelo Ouro representa a alegria e a riqueza cultural dos folguedos, sendo vibrante e caloroso, ideal para destacar elementos importantes como títulos e chamadas de atenção. O Vermelho Luta simboliza a paixão e a força das manifestações culturais brasileiras, ideal para realçar botões e *links* importantes. O Verde Flora remete à vegetação exuberante do Brasil, simbolizando crescimento e renovação. O Azul Mar evoca tranquilidade e profundidade, associado ao litoral brasileiro. O Branco Diamante simboliza pureza e sofisticação, proporcionando clareza visual e equilibrando as cores vibrantes. O Preto Antracito representa solidez e elegância, ideal para textos e elementos de destaque que requerem contraste.

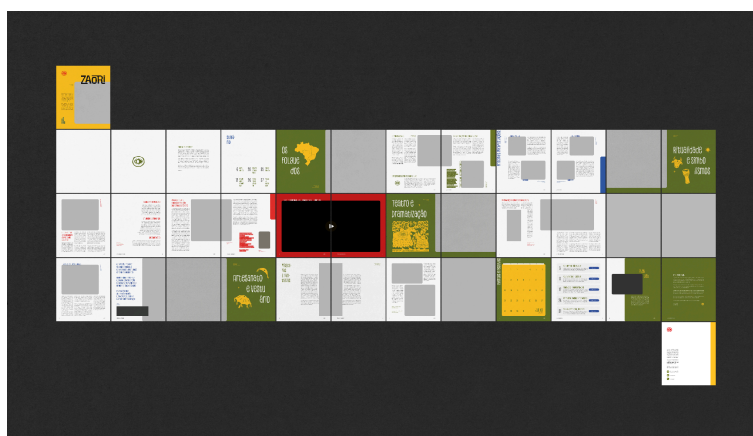
Figura 22 - Paleta de Cores



Fonte: Elaboração dos autores.

A escolha do *layout* para a revista é crucial para a experiência do leitor, a percepção da marca e a comunicação visual. A flexibilidade do *layout* da Zaori permite adaptações para diferentes edições, mantendo a revista dinâmica. Elementos multimídia como infográficos e ilustrações enriquecem o conteúdo visualmente. Além de alinhar-se com a identidade visual e os valores da marca, o *layout* cria uma conexão emocional com os leitores. Consideramos a eficiência na produção, facilitando a diagramação e inserção de conteúdo, garantindo consistência na qualidade das edições. Em resumo, o *layout* escolhido atrai e retém leitores, proporcionando uma experiência de leitura agradável e reforçando a identidade editorial da revista.

Figura 23 - Layout



Fonte: Elaboração dos autores.

12 A revista Zaori

A Zaori nasce para celebrar as diversas manifestações culturais que animam as regiões do Brasil. Em sua publicação vibrante e envolvente, oferece não apenas artigos aprofundados sobre folguedos brasileiros, mas também fotografias deslumbrantes que capturam a essência das festividades. Entrevistas exclusivas com mestres e participantes enriquecem ainda mais a experiência dos leitores, proporcionando uma imersão completa na riqueza e na diversidade da cultura popular brasileira.

Figura 24 - Mockup da Revista Zaori



Fonte: Elaboração dos autores.

Disponível em: <https://issuu.com/revista-zaori/docs/revista_zaori>

13 Considerações finais

O desenvolvimento desse projeto foi bastante esclarecedor em muitas esferas. Como cidadãos desse Brasil, nascemos, crescemos, pintamos uma folha com a imagem da mula sem cabeça no dia vinte e dois de agosto, dançamos quadrilha em uma noite de luar fresca à luz de uma fogueira em junho, atravessamos uma enorme passarela com enormes carros alegóricos ao som de histórias, ritos e tradições, vivemos e morremos. É engraçado refletir como algo tão intrínseco ao brasileiro quanto seu próprio folclore e suas formas de manifestação sejam tão facilmente deixadas de lado pela grande mídia a despeito da razão mais trivial inventada, o fato de que sempre existiu.

A cada objetivo que fora cumprido, seja o mapeamento das revistas e de seus recursos, onde foram evidenciadas as lacunas em que a revista poderia trabalhar, ou na elaboração da linha editorial, descobrindo a melhor forma de estruturar a revista para que seu conteúdo fosse interessante e instigante para o público, e até mesmo durante a criação do projeto gráfico, que resultou em uma revista viva, um desafio se fazia bastante presente: “como tornar algo tão ‘comum’ como uma revista, em um local interessante, envolvente para o usuário, principalmente com um tema que é ao mesmo tão familiar e estrangeiro?” Essa pergunta nos guiou através das pesquisas, dos testes, da escolha da plataforma, servindo-nos como incentivador ao invés de nos parar, nos fazendo ir além dos nossos próprios conhecimentos, buscando soluções alternativas e

aprendendo sobre algo novo a cada pesquisa.

Em suma, a revista Zaori é projetada contendo espaço para crescimento, em um futuro próximo se tornando colaborativa, permitindo que vozes sejam ouvidas através de suas matérias, enriquecendo ainda mais o conteúdo que já é bastante rico e evoluindo juntamente com seus leitores. Ela é um passo a mais em direção a promoção de nossa própria história, a transmissão de conhecimento e o registro deste, assim como fez a Revista Brasileira do Folclore na década de 60, sem nunca nos esquecer de quem somos e porque somos um Brasil de muitos povos.

14 Referências

BRESSAN, D. L. ; BELDA, F. R. . Hipermidialidade e interação no design editorial de revistas digitais: um estudo exploratório sobre a Wired Magazine. In: **XX Intercom Sudeste**, 2015, Uberlândia. Anais 2015, 2015. p. 1-15.

BRINGHURST, R. **The Elements of Typographic Style**. Vancouver: Hartley & Marks, 1992

CARNEIRO, E. Apresentação. In: **Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro**. Revista Brasileira de Folclore. Rio de Janeiro: CDFB/MEC, v.1, nº 1, set./dez. 1961, p. 3.

CÂMARA CASCUDO, Luis da: **Contos Tradicionais do Brasil**. Belo Horizonte/São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1986. p. 15.)

CASTELLS, M.; CARDOSO, G. **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Ação Política**. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2005.

CONGRESSO BRASILEIRO DE FOLCLORE, 10., 2004, Recife: Comissão Nacional de Folclore; São Luís: Comissão Maranhense de Folclore. **Anais do 10º Congresso Brasileiro de Folclore [...]**. [S. l.: s. n.], 2004.

DENARDI, Davi. Os 5 passos de um projeto gráfico editorial. **Revista glifo**, [s. l.], 1 maio de 2019.

Disponível em:

<https://revistaglifo.com.br/design-editorial/os-5-passos-de-um-projeto-grafico-editorial/>. Acesso em: 9 ago. 2024.

DOURADO, T. Modelos de revistas em formatos digitais: novas ideias e um conceito ampliado.

Leituras do Jornalismo, v. 1, p. 109-124, Unesp, Bauru, 2014.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho, **Psicodinâmica das cores em comunicação**, São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2006.

GIL, C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

HOLLIS, R. **Design Gráfico: Uma História Concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LIMA, R. **Folgedos populares do Brasil**. São Paulo: Ricordi, 1962.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

_____.; PHILLIPS, J. C. **Graphic Design: The New Basics**. New York: Princeton Architectural Press, 2008.

LOURENÇO, Emília Uema. **O fenômeno da gourmetização**. 2016. 61 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

MARGOLIN, V.; BUCHANAN, R (orgs.). **The Idea of Design: A Design Issues Reader**. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press, 1996.

MEDEIROS, D. P.; BIANCHINI, S. S.; DENARDI, D. F. do A. METODOLOGIAS ATIVAS APLICADA AO CURSO DE DESIGN NA FACULDADE SATC. **Revista Vincci - Periódico Científico do UniSATC**, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 21–55, 2023. Disponível em: <https://revistavincci.satc.edu.br/index.php/Revista-Vincci/article/view/212>. Acesso em: 12 ago. 2024.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PANIZZA, J. F. **Metodologia e Processo Criativo em Projetos de Comunicação Visual**. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

RAMOS, A. J. **Linha editorial: o que é, como escolher e o que considerar?** Rock Content, 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/linha-editorial/>>. Acesso em: 28 de abr. de 2024.

RAPOSO, João Rocha. **Análise arquetípica do padrão relacional dos elementos do Design em revistas digitais**. 2014. 172 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Design) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2014.

SANTOS, A. R. S. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.