



tipo&grafia

IDENTIDADE GRÁFICA EM REVISTA

JULIANA COLLI TONINI

Desenho Industrial
Universidade Federal do Espírito Santo

tipo&grafia

IDENTIDADE GRÁFICA EM REVISTA

Universidade Federal do Espírito Santo
Centro de Artes
Departamento de Desenho Industrial

Juliana Colli Tonini

tipo&grafia

IDENTIDADE GRÁFICA EM REVISTA

Vitória
2011

Juliana Colli Tonini

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Departamento de Desenho Industrial do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Desenho Industrial – Programação Visual.

Aprovado em _____ de _____ de 2011.

Comissão Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Heliana Soneghet Pacheco (Orientadora)
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof. Dr. Mauro Pinheiro Rodrigues
Universidade Federal do Espírito Santo

Prof^a. Ms Priscilla Maria Cardoso Garone
Universidade Federal do Espírito Santo

Agradecimentos

À minha família de São Roque do Canaã, que batalhou para que eu chegasse até aqui.

À minha família de Vitória: Aline, amigas (os), professores, colegas de trabalho e república.

RESU

MO

Este trabalho traz reflexões sobre cultura material e identidade cultural na perspectiva de se compreender como o design gráfico pode ajudar na formação da identidade de um artefato, neste caso, uma revista acadêmica impressa. Descreve o desenvolvimento do projeto editorial e gráfico da revista **tipo&grafia** do Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica). Apresenta pesquisa bibliográfica e todas as etapas de desenvolvimento do periódico, desde a parte de pesquisa de referências, a concepção do planejamento editorial, as hipóteses e gerações de alternativas para o projeto gráfico, a construção do guia de estilos até os testes finais com o protótipo da edição n° 1.

Palavras-chave: revista, design editorial, identidade gráfica.

	pág.
CAPÍTULO 1.	
CONSIDERAÇÕES INICIAIS	13
1.1. Apresentação	15
1.2. Justificativa	17
1.3. Objetivos	18
1.4. Metodologia	19
CAPÍTULO 2.	
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1. Identidade e design	23
2.1.1. Cultura Material e Identidade Cultural	23
2.1.2. Identidade e Imagem Institucional	25
2.2. Revistas	27
2.2.1. O que caracteriza uma revista	27
2.2.2. Uma breve história das revistas	29
2.2.3. Planejamento visual gráfico	33
2.2.4. O projeto gráfico de revistas	34
CAPÍTULO 3.	
LEVANTAMENTO DE DADOS	47
3.1. O Núcleo de identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica)	49
3.1.1. Linhas de pesquisa	49
3.1.2. Projeto "Identidade Gráfica Capixaba 100 Anos em Revista"	49
3.1.3. A Universidade Federal do Espírito Santo	50
3.2. Briefing da revista do nigráfica	51
3.3. Revistas acadêmicas	52
3.4. Análise de revistas	53
3.4.1. Revistas eletrônicas	53
3.4.2. Revistas impressas	58
3.3.3. Conclusões da análise	70
CAPÍTULO 4.	
DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	73
4.1. Primeiras hipóteses	75
4.1.1. Hipóteses estruturais	75
4.1.2. Hipóteses conceituais	75
4.2. Discussão das hipóteses e partido adotado	76
4.3. Geração de alternativas	77
4.3.1. Plano editorial	77
4.3.2. Projeto gráfico	80
4.3.3. A boneca	86
4.3.4. Diagramação	88
4.4. Alternativa adotada	92

SUMÁ

RIO

	pág.
CAPÍTULO 5.	
EXPERIMENTAÇÃO	103
5.1. Roteiro da experimentação	105
5.1.1. Objetivos	105
5.1.2. Entrevistados	106
5.1.3. Métodos e técnicas	106
5.2. Resultados das avaliações	107
5.2.1. Questionário estruturado	107
5.2.2. Observação de grupos	109
5.2.3. Entrevistas individuais	111
5.3. Conclusões da experimentação	113
CAPÍTULO 6.	
CONSTRUÇÃO	115
6.1. Ficha catalográfica e ISSN	117
6.2. Guia de uso do projeto gráfico	118
6.3. Edição n° 1	118
CAPÍTULO 7.	
CONCLUSÃO	119
REF. BIBLIOGRÁFICAS	123
GLOSSÁRIO	127
ANEXOS	133
ANEXO 1. Questionário Google Docs	133
ANEXO 2. Guia de uso	137
ANEXO 3. Revista tipo&grafia n° 1	169

CONSI
DERA
ÇÕES
INICIAIS

1.1. APRESENTAÇÃO

A concepção e implantação de uma revista acadêmica para o curso de Desenho Industrial da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) faz parte de um projeto de pesquisa do Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica) da Ufes, intitulado “Identidade Gráfica Capixaba: 100 anos em revista” que foi financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo (Fapes).

O Nigráfica é um núcleo de pesquisa do Departamento de Desenho Industrial da Ufes (DDI-Ufes) que, através do levantamento e análise de impressos produzidos no Espírito Santo, procura identificar o que pode ser tomado como característica da identidade gráfica capixaba. O Núcleo é coordenado pelas professoras pesquisadoras Heliana Soneghet Pacheco – PhD e Letícia Pedruzzi Fonseca – Ms e possui vários alunos pesquisadores e voluntários.

O projeto “Identidade Gráfica Capixaba: 100 anos em revista” se insere no âmbito das pesquisas na área do design que lidam com a memória gráfica brasileira, onde diversos designers e pesquisadores têm se dedicado a estudos variados nas áreas de tipografia, rótulos, jornais e revistas com o intuito de caracterizar a cultura material e visual na formação de noções de identidade brasileira. Este projeto se propôs a entrar no universo capixaba através de uma pesquisa gráfica das revistas periódicas publicadas, produzidas e impressas nas cidades da Grande Vitória, especificamente as lançadas entre 1910 e 2010. A pesquisa iniciou-se em agosto de 2009 e foi finalizada em junho de 2011. Além das professoras orientadoras, participaram deste projeto integrando a equipe do Nigráfica desde o início, os alunos Camila Lombardi Torres, Rayza Mucunã Paiva, Thiago Luiz Dutra e esta autora.

Para divulgar os resultados desse projeto de pesquisa os integrantes do Núcleo publicaram artigos científicos em congressos na área do design e desenvolveram alguns objetos como, uma exposição itinerante, um vídeo institucional e uma revista acadêmica. Desses objetos de veiculação dos resultados da pesquisa, o que ficou sob a responsabilidade desta autora foi a revista acadêmica, o que inclui a proposta e o desenvolvimento do projeto editorial, o desenvolvimento do projeto gráfico, a identidade visual da publicação e guia de estilo para ajudar na implantação do periódico.

Tal demanda fez desta pesquisa tema para o Projeto de Graduação do curso de Desenho Industrial da Ufes, onde pesquisa-se a história das revistas e o papel do design gráfico na construção da identidade gráfica dessas publicações. O objetivo é conhecer as revistas e suas diversas vertentes em busca de inspiração para as diretrizes projetuais. Na metodologia, incluem-se as observações feitas durante as reuniões do Núcleo e testes realizados com o público alvo do periódico através de avaliações feitas junto ao usuário. O objetivo nesta fase é incorporar novas ideias para que este projeto de design possa realmente atender tanto às expectativas e estratégias do Nigráfica como as necessidades comunicacionais do usuário.

Na pesquisa sobre como o design gráfico pode contribuir na construção da identidade dessa revista, são feitas pesquisas técnicas referentes às questões de

design editorial, reflexões sobre design e cultura material, que de acordo com Rafael Cardoso (1998), é o conjunto de artefatos – objetos produzidos pelo trabalho humano -, usados por um determinado grupo ou por uma determinada sociedade. O termo tem sua origem na etnologia e nos estudos dos artefatos dos povos considerados “primitivos”, no entanto, esse conceito ganhou uma dimensão mais ampla nos dias atuais e se tornou possível falar da cultura material da nossa própria sociedade (ou grupo), como uma maneira de se entender melhor os artefatos produzidos e consumidos por esses grupos.

A cultura não está inserida apenas no campo das ideias. Parte das expressões que compõem o significado de cultura, segundo o antropólogo Nestor Canclini (1998), engloba também os artefatos como meio de difusão e identificação dos grupos sociais. O autor destaca que além das ideias, a cultura também se faz de estruturas que, “por meio dos artefatos, se posiciona entre os meios condicionais de produção, ou seja, ela se reflete nas relações de produção e também interfere contribuindo para futuras produções”. (Canclini, 1998 p.29)

1.2. JUSTIFICATIVA

De todas as áreas do design, aquela a qual eu mais me identifiquei durante a minha jornada acadêmica foi a área do design editorial. Participei, através do Nigráfica, de dois projetos de iniciação científica que lidavam com o tema "revistas"; Junto ao Núcleo de Imagem, Produção e Pesquisa (Nipp) integrei a equipe que iniciou o projeto de desenvolvimento de uma revista de jornalismo para a Ufes; Também fui estagiária do Laboratório de Design Instrucional (LDI) como diagramadora dos materiais didáticos para ensino à distância; Paralelamente, produzi juntamente com minha parceira de trabalho Juliana Lisboa, a edição n° 2 da revista Nós da Secretaria de Cultura do Estado do Espírito Santo e participei com outros amigos e amigas da Universidade do coletivo que produziu o fanzine Foi à Feira. Considero natural, portanto, a minha predisposição à escolha de um tema que enfatize tal dedicação e que seja comum ao meu dia-a-dia.

Além do assunto tratado neste projeto ser relativo ao próprio curso de Desenho Industrial – o que o torna um importante registro dos acontecimentos – as pesquisas, testes e reflexões acerca do tema proposto podem trazer bons dividendos para os alunos do curso. A principal razão para o desenvolvimento deste projeto é reunir em um mesmo trabalho as várias etapas do processo de concepção e implantação de um periódico, desde o planejamento editorial à construção do guia de estilos para a publicação das edições. Também faz parte desse trabalho a reflexão acerca da construção da identidade dessa revista e como o design gráfico pode ser útil nesse processo.

Não é intenção deste trabalho propor conclusões - muito menos teorias -, uma vez que no momento é importante mostrarmos o quê (ou quanto) aprendemos durante a graduação e como compreendemos o papel do profissional e, principalmente, cidadão, que aqui se forma.

1.3. OBJETIVOS

Objetivos gerais:

Desenvolver um projeto de design gráfico de maneira que a identidade cultural e a cultura material dos assuntos abordados e do grupo em questão possam ser o foco principal para tomar decisões em relação às escolhas gráficas. Tendo como suporte gráfico a revista e como contexto o ambiente universitário, pretende-se articular a maneira como esta produção poderá ser desenvolvida no futuro. O contexto definido para realização da pesquisa é o Núcleo de Pesquisa Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica), que tem como uma de suas tarefas o desenvolvimento de uma revista acadêmica própria deste grupo de pesquisa.

Objetivos específicos:

- » Participar do processo de concepção de uma revista acadêmica junto ao Nigráfica da Ufes;
- » Estudar identidade gráfica, cultura material e identidade cultural.
- » Pesquisar sobre design editorial e entender como as revistas estão estruturadas;
- » Estudar e acompanhar - numa situação real de projeto - as etapas de planejamento, desenvolvimento e implantação de um novo periódico do ponto de vista do design editorial;
- » Estudar como a linguagem do impresso se comporta em termos de identidade gráfica para a veiculação da imagem institucional da Universidade na revista;
- » Desenvolver métodos e técnicas de pesquisa de campo para realizar a experimentação do protótipo junto ao usuário;
- » Desenvolver um guia de estilos para registrar e transferir o projeto gráfico da revista para o Nigráfica a fim de que outros alunos do Núcleo possam desenvolver a edição n° 2 dando continuidade à proposta iniciada com este trabalho.

1.4. METODOLOGIA

A metodologia usada neste projeto de graduação, segundo Marconi e Lakatos (2002) foi baseada no *método hipotético-dedutivo*, que se inicia a partir da observação de carências e ou limitações em relação a alguma coisa. Para tentar resolver essa limitação e atender a uma demanda do Nigráfica, foi possível formular hipóteses e gerar alternativas que foram avaliadas pela equipe do Núcleo a fim de escolher um caminho a ser seguido e adotar uma alternativa, que convencionou chamá-la de protótipo. Essa alternativa foi testada junto ao usuário e aprimorada pela equipe até que resultou num objeto final, a edição n° 1 de uma revista acadêmica e um guia de estilos para dar continuidade à publicação.

Após a identificação da situação de projeto, iniciou-se a fase de levantamento de dados sobre as questões principais deste trabalho. Dessa forma, ainda segundo Marconi e Lakatos (2002), foi necessária uma pesquisa do tipo direta e aplicada, que como o próprio nome já indica, caracteriza-se por seu interesse prático para que os resultados sejam aplicados na solução de problemas. Essa pesquisa contempla uma revisão bibliográfica de publicações que tratam de assuntos mais técnicos ligados ao campo do design editorial, um estudo teórico ligado às questões pertinentes à área do design e identidade e por final, uma análise de revistas que possam ser tomadas como referências para o objeto a ser construído neste projeto de graduação.

Durante o processo de construção da revista foi utilizado o *procedimento de observação direta intensiva do tipo participante*, pois neste caso eu sou a designer responsável pelo trabalho, mas também sou integrante da equipe do Nigráfica. Além de reuniões semanais entre os alunos e as professoras orientadoras também foram necessárias entrevistas, conversas informais e orientações específicas com a professora Heliana Pacheco a fim de ser possível formular o *briefing*, um documento com as instruções preliminares básicas sobre o projeto, contendo informações sobre o objeto a ser trabalhado, sobre a instituição a qual ele pretende representar, seu público alvo e seus objetivos. É uma etapa muito importante do processo, pois ajuda na resolução dos problemas detectados e proporciona um foco ao projeto, já que delimita a ação do designer. As primeiras hipóteses, a geração de alternativas até a escolha da alternativa adotada, foram desenvolvidas em conjunto com a equipe através de um processo de retroalimentação. Desta forma foi possível trabalhar individualmente e apresentar as possibilidades à equipe, que podia fazer modificações e ou sugerir outras possibilidades como *feedback* durante todo o processo.

Com a alternativa adotada foi possível aplicar as técnicas, de acordo com Marconi e Lakatos (1992), da *pesquisa de campo do tipo quantitativo-descritiva* na realização da experimentação do protótipo junto ao usuário, aplicada em três etapas: a) aplicação de um questionário estruturado com perguntas fechadas e semi-abertas a ser direcionado a uma amostragem de alunos pré-determinada; b) observação de grupo não estruturada onde o protótipo será entregue ao manuseio e possível avaliação dos alunos e; c) entrevista individual padronizada onde o

protótipo será apresentado ao aluno que irá responder ao questionário e também, ficar livre para fazer os comentários que se sentir à vontade.

Depois da experimentação com o usuário, os resultados dessa pesquisa de campo foram avaliados e selecionados, sendo que alguns puderam ser aplicados posteriormente com modificações na edição n° 1 e alguns devem ser inseridos apenas no guia de estilos para serem aprimorados nas próximas edições.

Nesta etapa do projeto foi necessária uma revisão de bibliografia para fundamentar teoricamente o problema de pesquisa a ser estudado durante todo o projeto bem como o desenvolvimento do próprio objeto. A revisão consiste na busca por fontes bibliográficas, ou seja, autores, textos ou referências, que possam ser úteis para o desenvolvimento do trabalho. De acordo com Lakatos e Marconi (2002), a citação das principais conclusões a que outros autores já chegaram permite salientar a contribuição de estudos já realizados, demonstra contradições ou reafirma comportamentos e atitudes.

Desta maneira, a revisão bibliográfica é parte fundamental deste trabalho, pois além de auxiliar na geração de ideias deve contribuir para justificar as diretrizes projetuais do objeto a ser trabalhado. Será realizada em duas partes: a) Identidade e design e; b) Revistas.

FUNDA
MEN
TAÇÃO
TEÓRICA

2.1. IDENTIDADE E DESIGN

As palavras “cultura” e “identidade” são empregadas neste trabalho com o significado do campo das ciências humanas, das áreas relativas à sociologia e antropologia. Deve-se entendê-las como o conjunto dos aspectos espirituais, psicológicos e em especial, os materiais, que caracterizam um grupo social.

Dentre os autores que justificam essa corrente de pensamento, aqueles que serão referenciados e tomados como ponto de partida nesta pesquisa, discutem as relações dos objetos com a identidade dos seus respectivos grupos numa perspectiva do projeto, voltada ao campo do design.

2.1.1. Cultura material e identidade cultural

O planejamento da comunicação gráfica, enquanto campo de conhecimento específico é parte integrante das sociedades e de sua cultura. No livro *A Imagem da Palavra*, a designer e pesquisadora Ana Cláudia Gruszynski diz que ao buscarmos compreender como a atividade do profissional desta área se organiza e como se relaciona com os diferentes eixos da sociedade “deparamo-nos no plano do conhecimento teórico, de identificar, delimitar e caracterizar fenômenos de continuidade e mudança no design gráfico”. (Gruszynski, 2007, p.22)

Vários autores vêm buscando situar historicamente o surgimento do design, mas segundo Rafael Cardoso, “o design se encaixa em um fenômeno humano bem mais abrangente: o processo de projetar e fabricar objetos.” Cardoso diz que do ponto de vista antropológico, o design é uma entre as diversas atividades projetuais, tais como as artes e a engenharia, que visam a objetivação no seu sentido estrito; que possibilita a existência dos artefatos - “objetos produzidos pelo trabalho humano, em contraposição aos objetos naturais ou acidentais” (Cardoso, 1998, p.19)

Generalizando a partir do artefato individual para o conjunto de artefatos produzidos e usados por um determinado grupo ou por uma determinada sociedade, chegamos ao conceito de “cultura material”. (Cardoso, 1998, p.19)

O termo *cultura material* tem origem nos estudos dos povos considerados “primitivos” e o conceito vem da ideia de decifrar os sentidos da cultura de um povo ou de uma época através do estudo sistemático da sua produção material, como por exemplo, estudar os egípcios através da arqueologia. No entanto, atualmente esse conceito ganhou uma dimensão mais ampla e tornou-se possível falar da cultura material dos artefatos que produzimos e consumimos.

A cultura visual, portanto, pode ser entendida como parte constituinte da cultura material. É um campo de estudo que geralmente inclui alguma combinação de estudos culturais, história da arte e antropologia, focando aspectos da

cultura que se apoiem em imagens visuais. Segundo Grusznsky (2007), a cultura visual pode ser entendida como “um complexo de imagens que constitui a vivência cotidiana do sujeito na contemporaneidade” (Grusznsky, 2007, p.15).

O teórico Nicholas Mirzoeff (2003) no livro *An introduction to visual culture* (Uma introdução a Cultura Visual) toma a cultura como traço que define o seu estudo para afirmar que a visualidade caracteriza o mundo contemporâneo e que a cultura visual é uma “tática para estudar a genealogia, a definição e as funções da vida cotidiana pós-moderna a partir da perspectiva do consumidor, mais que do produtor” (Mirzoeff, 2003, p.20 tradução nossa). Mirzoeff enfatiza que não se trata apenas de uma história das imagens, mas sim de uma tendência em pensar a existência através das imagens, pois o visual é um “lugar sempre desafiante de interação social e definição em termos de classe, gênero, identidade sexual e racial” (Mirzoeff, 2003, p.20 tradução nossa).

No sentido proposto por Mirzoeff, a cultura visual é uma estratégia para compreender a vida contemporânea, uma maneira para buscar respostas dos indivíduos e dos grupos aos meios visuais de comunicação. Mirzoeff e Grusznsky entendem a cultura visual por um meio de centrar-se no visual como um lugar no qual se criam e se discutem significados.

Ao ler um periódico, o leitor estará construindo os sentidos a partir de um conjunto de informações que provêm, de um lado, da informação visual que corresponde ao texto como representação gráfica da mensagem; de outro, de informações não-visuais, que atuam como um quadro de referências pessoais que abrangem o conhecimento linguístico, experiências pessoais, culturais, representações de mundo, etc. (Gaté, 2011 apud Gruszynski, 2006)

É, portanto, a partir desse entendimento do design como estratégia componente de um complexo processo de significação e codificação que se constrói e reconstrói o que podemos hoje, chamar de cultura visual e material - de um grupo ou sociedade. Nessa perspectiva, concorda-se com o designer e teórico Gui Bonsiepe, quando parece pouco produtivo considerar a identidade cultural como um bem histórico escondido no passado de um grupo ou sociedade, que pode ser traduzido em produtos ou artefatos gráficos. Segundo Bonsiepe,

Identidade cultural não é um objeto que se “possui”. Identidade cultural é transparente para aquela pessoa que vive neste contexto. A identidade cultural é criada pelo observador que utiliza distinções lingüísticas. A identidade se constitui no olhar do outro. (Bonsiepe, 1997, p.108)

Gruszynski (2007, p.32) diz que “o contexto histórico-cultural faz com que a mensagem gráfica responda a um determinado horizonte de expectativas de sua época”, ou seja, na contemporaneidade a identidade cultural de um grupo ou

sociedade vai sendo construída diariamente e materializada na história através dos artefatos produzidos e consumidos pelo grupo. O sujeito pertencente a esse grupo em questão - na área projetual do design é conhecido como o usuário -, segundo o teórico Stuart Hall (2003), pode assumir na pós-modernidade, identidades diferentes em momentos diferentes. O que permite caracterizar a identidade cultural como um sistema social dinâmico de construção continuada, além de múltipla e móvel. Conforme os autores acima, o dicionário de direitos humanos diz que

A diversidade cultural que o mundo apresenta hoje, as múltiplas e flutuantes identidades em processo contínuo de construção, a defesa do fragmentário, das parcialidades e das diferenças, trouxeram, como corolário, uma volatilidade das identidades que se inscrevem em uma outra lógica: da lógica da identidade para a lógica da identificação. (Oliveira, 2010)

A mudança da lógica da identidade para a lógica da identificação é um fenômeno recente, oriundo da globalização e da quebra das fronteiras comunicacionais e culturais. Essa transformação socioeconômica também pode ser observada na área projetual, uma vez que, segundo o livro *The Brand Gap* (O abismo das Marcas) do especialista em marcas e marketing, Marty Neumeier, no início do século XX os produtos eram caracterizados como "o que ele tem" e o que ele pode oferecer ao consumidor. Nos anos 1920, o marketing voltou-se aos benefícios dos produtos "o que ele faz" e nos anos 1950 valorizou a experiência do usuário "o que você vai sentir". Atualmente, ainda segundo Neumeier (2008), a partir dos 2000 a ênfase do apelo de marketing mudou significativamente para a lógica da identificação ou "quem você é". O autor usa como exemplo o caso de sucesso da Nike com a campanha "*Just do it*" ("Apenas faça") como pode observado no trecho abaixo

Não estou preocupado com meu tênis [...] eles estão investigando a minha alma. Eu começo a sentir que, se eles me entendem tão bem, seus tênis talvez sejam muito bons. Então me dá vontade de fazer parte da tribo na Nike. (Neumeier, 2008, p.39).

2.1.2. Identidade e Imagem Institucional

Adrian Forty (2007), no livro *Objetos de Desejo*, traça uma análise radical sobre o design e seu lugar na sociedade, o que possibilitou inaugurar um modelo teórico para o estudo do objeto industrial. Para o autor, o design é usado pelas sociedades para expressar seus valores e entre todas as maneiras pelas quais o design pode influenciar nosso pensamento, "a única reconhecida amplamente foi seu uso para expressar a identidade das organizações" (Forty, 2007, p.301) conforme se pode observar no relato.

Impérios, exércitos, marinhas, ordens religiosas e empresas modernas, todos usaram design para transmitir ideias sobre o que são, tanto para o público interno como para o mundo exterior. (Forty, 2007, p.301)

O design, segundo Forty (2007), é um modo de comunicar a identidade coletiva para o mundo e que pode ser usado para “transmitir às pessoas a forma e a natureza de organizações que, de outro modo, poderiam parecer informes” (Forty, 2007, p.301).

É neste ponto mencionado por Forty (2007), de transmitir o que parecia informe, ou seja, “in+formar”; colocar na forma de Flusser que o design materializa em imagem a identidade das organizações. Os termos identidade e imagem muitas vezes são usados erroneamente e no livro *La imagem corporativa*, Norberto Chaves (2006) propõe uma nomenclatura a partir de um esquema de quatro elementos para diferenciar os termos: realidade institucional, identidade institucional, comunicação institucional, e imagem institucional. Segundo Chaves (2006) realidade institucional é o conjunto de factuais e condições objetivas da instituição; identidade institucional é a consciência interna da instituição que se apresenta através das suas atividades regulares e o diálogo permanente entre os interlocutores que possibilitam forma de auto-representação dessa instituição. Já a comunicação institucional, ainda de acordo com Chaves (2006), é o conjunto de mensagens emitidas pela instituição que tentam aludir à identidade e a imagem da instituição, é a percepção externa e registro público dos atributos identificadores dessa instituição.

A identidade institucional é formada pelo conjunto de todos os sentidos abstratos como sua essência, seus princípios, crenças, defeitos, qualidades, aspirações, sonhos, limitações, de um ponto de vista interno à instituição. Já a imagem institucional são aqueles aspectos que chegam até o público externo materializado em objetos e ações que codificam em sua estrutura uma série de significados abstratos. Nesse sentido, como o designer pode trabalhar na codificação desses significados, para que uma instituição possibilite através dos seus meios de comunicação, sua auto-representação junto ao público interno e a sua essência ao público externo.

2.2. REVISTAS

Diferente dos jornais que na sua maioria são explicitamente políticos, as revistas vieram para complementar na formação e no aprofundamento de assuntos mais específicos misturando entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Enquanto o jornal ocupa o espaço público e o jornalista que escreve para o jornal fala sempre com público heterogêneo, a revista entra no espaço privado e na intimidade dos leitores. A jornalista Marília Salzo (2004) diz que as revistas não são tão noticiosas e factuais como os jornais, tampouco caracterizam-se como produtos individuais como os livros. A oposição em relação aos jornais, por um lado, e aos livros, por outro, foi o que primeiro marcou o surgimento de um novo meio de comunicação.

2.2.1. O que caracteriza uma revista

Marília Scalzo (2004) autora do livro *Jornalismo de Revista* aponta três fatores que caracterizam uma revista e a diferencia dos outros meios: a especialização, a periodicidade e o formato. Em relação à especialização, a revista é um meio de comunicação voltado para um público específico. Essa segmentação demanda temas específicos e uma linguagem própria desse público.

A periodicidade torna a revista diferente dos jornais, que geralmente são diários, e dos portais de internet, que tem atualização constante. Atualmente existem revistas com diversas periodicidades, como por exemplo, semanal, mensal, bimestral, e esse fator influencia diretamente nos textos, pois estes deixam de ser tão factuais como no jornal e passam a ser mais detalhados, conforme pode-se observar:

Nas redações de jornais ou de telejornais, quando acontece um terremoto, por exemplo, tudo treme. É preciso correr e dar a notícia em cima da hora. Nas revistas, a redação não treme. Ou treme bem menos. Se for para falar do terremoto, será necessário descobrir o que ninguém sabe sobre ele, explicá-lo de forma diferente.

(Scalzo, 2004, p.39)

Um grande diferencial entre as revistas e outros meios de comunicação impressos é o seu formato. A revista é projetada de tal forma que fica fácil carregá-la, guardá-la, levá-la na bolsa, lê-la no banheiro ou no aeroporto, colocá-la na estante como objeto de coleção ou em cima da mesa do centro da sala como objeto decorativo. Seu papel e impressão também garantem uma qualidade de leitura – do texto e da imagem superior ao do jornal. Segundo Scalzo (2004) o formato mais comum é o 20,2 x 26,6cm, que é o tamanho das revistas *Veja* e *Time*, por exemplo. Esse padrão é o mais comum, pois representa a melhor utilização do papel, e por isso, de maior economia. Mas hoje em dia, com as inovações tec-

nológicas é possível produzir revistas de muitos formatos sem, contudo, elevar os custos de produção.

As revistas noticiosas, segundo Carlos Alberto Rabaça e Barbosa (2001), têm periodicidade mais curta e seguem uma linha relativamente próxima à dos jornais, mas o tratamento das notícias é mais livre e interpretativo, a apresentação gráfica é mais flexível e dá-se mais destaque a artigos, críticas, entrevistas e fotoreportagens.

De acordo com o designer Jeremy Leslie (2001), a natureza repetitiva da revista oferece oportunidades de a cada edição ser possível experimentar algo novo e diferente. Esta capacidade de se desenvolver e ir mudando sem perder a natureza e a identidade da publicação possibilita a inauguração de tendências e cria-se um repertório gráfico que desempenha nas revistas um papel fundamental na nossa cultura visual. Até as revistas mais contemporâneas continuam a ser, segundo Leslie (2001), na sua essência, textos e imagens criadas num processo de colaboração entre jornalistas e designers.

Numa visão um pouco mais limitada, Rabaça e Barbosa (2001) no "Dicionário da Comunicação" define revista como:

Veículo impresso, de comunicação e propaganda, quase sempre ilustrado, que atinge um público determinado de acordo com suas características específicas e sua linha editorial: há revistas de informação, de entretenimento, de propaganda ou mensagens institucionais ou doutrinárias, artísticas, literárias, educativas, culturais, científicas, de humor etc. (Rabaça e Barbosa, 2011, p.78)

No entanto, atualmente é possível notar a grande diversidade de revistas eletrônicas veiculadas na internet ou possíveis de serem visualizadas através de aparelhos portáteis como um *tablet*¹ ou *Kindle*². As revistas projetadas para esses meios contam com a presença de áudio, vídeo e outros formatos de arquivos que proporcionam novas experiências ao leitor. O conteúdo transmitido através dessas mídias pode ser apresentado de uma maneira que seria impossível na forma impressa.

A história, segundo Scalzo (2004), mostra que uma tecnologia pode substituir outra, mas que, com os meios de comunicação, isso não acontece necessariamente. O surgimento de novos meios e novas tecnologias provocam transformações nos que já existem, mas estes passam a conviver entre si, renovando-se diariamente de maneira recíproca.

1 Tablet é um dispositivo pessoal em formato de prancheta que pode ser usado para acesso à Internet, organização pessoal, visualização de fotos, vídeos, leitura de livros, jornais e revistas e para entretenimento com jogos 3D. (fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Tablet_PC)

2 Kindle é um pequeno aparelho criado pela empresa americana Amazon, que tem como função principal ler livros eletrônicos e outros tipos de mídia digital. O primeiro modelo foi lançado nos Estados Unidos em 19 de Novembro de 2007. (fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Kindle>)



Figura 1
(a) iPad e (b) Kindle

2.2.2. Uma breve história das revistas

Para entender o desenvolvimento e a abordagem deste projeto é fundamental conhecer um pouco da história desse tipo de periódico, suas transformações técnicas e sociais ao longo dos anos. Marília Scalzo é uma importante figura da editoração de revistas, - já trabalhou no jornal Folha de São Paulo, nas revistas Playboy, Capricho, Casa Cláudia - diz que as revistas nasceram com um caráter de entretenimento, com imagens que serviam para distrair o leitor, mas que por outro lado, ajudaram na formação e na educação daqueles que precisavam de informações específicas e que não queriam ou podiam dedicar-se aos livros.

A primeira revista que se sabe, segundo Scalzo (2004), foi publicada em 1663 na Alemanha. Era muito parecida com um livro e, no entanto, é considerada revista porque trazia vários artigos voltados para um público específico; tinha periodicidade definida e inspirou outras publicações semelhantes pela Europa.

Todas essas publicações, mesmo não utilizando o termo "revista" no nome (isso só aconteceria em 1704, na Inglaterra) e parecendo-se demais com os livros, deixam clara a missão do novo tipo de publicação que surgia: destinar-se a públicos específicos e aprofundar os assuntos - mais que os jornais, menos que os livros. (Scalzo, 2004, p.14)

Segundo o livro "A Revista no Brasil" editado por Thomaz Souto Corrêa (2000) e publicado pela Editora Abril, o termo revista passou a existir em 1704 quando Daniel Defoe, o autor de *Robinson Crusoé*, lançou em Londres *A Weekly Review of the Affairs of France*. No Brasil, ainda segundo a publicação acima descrita, a primeira revista foi editada pelo tipógrafo e livreiro português Manoel Antonio da Silva Serva que em 1812 na cidade de Salvador, colocou-a a venda como

o "folheto" *As variedades ou Ensaio de Literatura*. Nos primeiros anos a partir do lançamento do periódico de Manoel Antonio, as revistas não tiveram grande impacto na sociedade brasileira, não tinham preocupações tão noticiosas, e sim, mais eruditas. Só a partir de 1860 durante a Guerra do Paraguai (1864-1870), de acordo com Corrêa (2000), é que as revistas começaram a ganhar peso no cenário nacional devido à entrada impetuosa da ilustração e da fotografia que passaram a dominar as páginas da publicação atingindo outros públicos, inclusive os analfabetos. Destacaram-se nessa época as revistas *A Vida Fluminense* e a *Semana Illustrada*.

Joaquim Marçal Ferreira de Andrade no livro *Design Brasileiro antes do Design* organizado por Rafael Cardoso (2005), afirma que o ano de 1876 é, sem dúvida, o mais marcante da história da imprensa ilustrada no Rio de Janeiro no século XIX com o lançamento da *Revista Illustrada* (figura 2), sob a direção de Angelo Agostini e Henrique Fleuiss, a revista "documentou a tortura contra os negros, que mostrava empilhadas as sacas de café ou pendurados com carne bovina.

Captou o espírito das massas – das cenas das ruas às festas de Carnaval". (Corrêa, 2000, p.82)

A história das revistas, assim como a da imprensa, confunde-se com a história econômica e industrial do país. No Brasil, os impressos em geral, e mais especificamente as revistas ilustradas ocuparam um lugar estratégico na assimilação do processo modernizador pelo qual passava o país durante o século XIX. A imagem fosse ela desenhada ou fotografada, só era possível chegar impressa até ao leitor devido às grandes transformações tecnológicas que aconteciam no Brasil moderno, mais especificamente na capital republicana, o Rio de Janeiro. Esse processo pode ser observado no trecho do livro *Design Brasileiro antes do Design*, em que Julieta Sobral (2005) descreve sobre as revistas ilustradas por J.Carlos:

Figura 2

Capa da Revista Illustrada de 1886, nº 429.



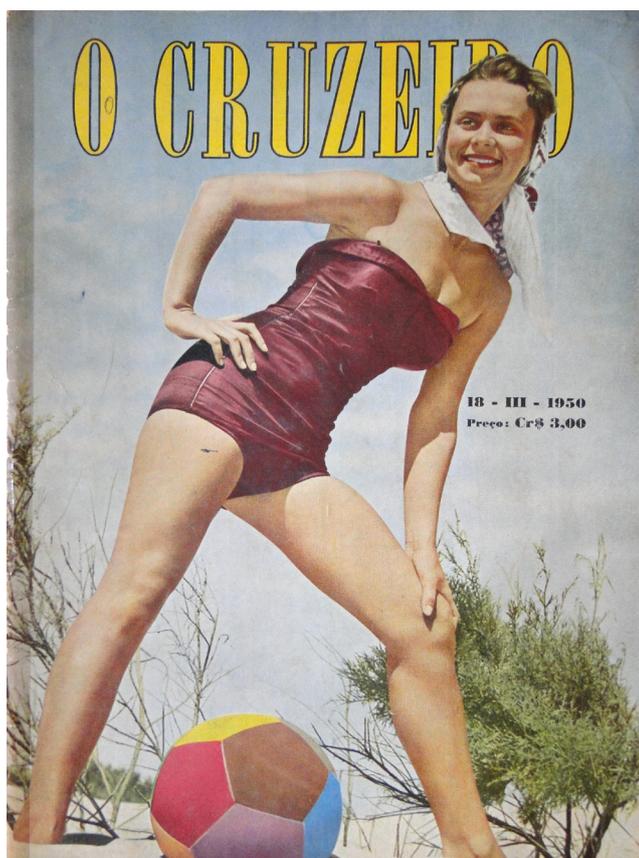
Fragmentadas e sintéticas, elas pertenciam ao novo espaço/tempo criado pela modernidade e por isso se tornaram um de seus principais veículos culturais. Suas páginas coloridas atenuavam, com humor, ironia e sensualidade, a angústia provocada pelas transformações sem precedentes ocorridas tanto na esfera urbana quando no mundo privado. (Sobral in Cardoso, 2005, p.124-125)



Figura 3
Capas das revistas (a) O Malho n° 1.813 de 1922 e (b) Careta n° 636 de 1920.

Sobral (2005) chama a atenção para a geração de artistas cariocas que mergulharam na pluralidade de experiências propostas pela modernidade da década de 1920. "Seduzidos pelas transformações sociais dessa época de ebulição e atentos aos avanços tecnológicos no meio editorial" (Sobral in Cardoso 2005, p.124), João do Rio, na área das letras, foi um dos primeiros jornalistas brasileiros a ir para a rua noticiar um fato, se consagrou como um desbravador do gênero reportagem de revista. Na área gráfica pode-se destacar J.Carlos como o "maior desenhista de imprensa do século XX no país" (Loredano in Corrêa, 2000, p.195). Segundo Sobral (2005), J.Carlos foi, em sua época, "o melhor exemplo de um designer moderno", além de dominar o processo de criação das revistas, da direção editorial à produção gráfica, aliava arte e tecnologia no desenho de caricaturas, logotipos, vinhetas, ilustrações (dentre outros) para as maiores revistas da época (figura 3).

Foi na década de 1920, também, segundo Corrêa (2000), que foi criada uma das mais importantes revistas brasileiras, *O Cruzeiro* (figura 4). O semanário fundado em 1928 por Assis Chateaubriand, "reinou absoluto até os anos de 1950, quando precisou disputar o leitor com a recém-lançada *Manchete*, de Adolpho Bloch". (Corrêa, 2000, p.139).



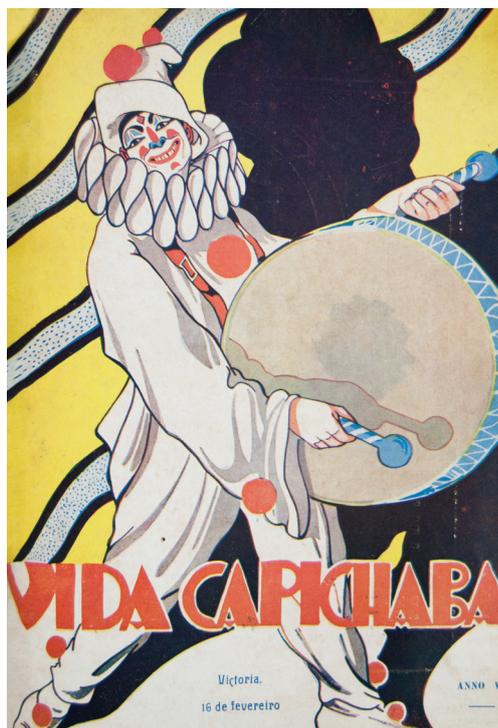
(a)

(b)

Figura 4
Capas das revistas (a)
O Cruzeiro n.º 18 de
1950 e (b) Manchete
n.º 11 de 1952.

Nessa mesma época, metade do século XX, a revista *Vida Capixaba* (figura 5) periódico publicado quinzenalmente no Espírito Santo, desempenhava um importante papel na "construção do imaginário social capixaba" conforme pode-se observar na descrição de um dos autores do livro *Impressões Capixabas*, organizado pelo professor e jornalista José Martinuzzo:

Figura 5
Capas da revista *Vida Capixaba* (a) n.º 112
de 1928 e (b) n.º 730
de 1955.



(a)



(b)

De forma cíclica, esse veículo muito influenciou, e até mesmo modelou, idéias e valores que construíram a vida da sociedade capitalista que viveu no Espírito Santo durante o século XX. (França *et al in* Martinuzzo, 2005, p.350).

2.2.3. Planejamento visual gráfico

No livro *O mundo Codificado*, o filósofo Villém Flusser propõe uma filosofia do design e da comunicação falando de design num sentido amplo; uma maneira de compreender os códigos das coisas do mundo. O design, desse modo, é algo situado entre o material e o formal. As formas, para o autor, não são descobertas nem fictícias, “são recipientes construídos especialmente para os fenômenos” (Flusser, 2007, p.28).

O design, como todas as expressões culturais, mostra que a matéria não aparece (é inaparente), a não ser que seja informada, e assim, uma vez informada, começa a se manifestar (a tornar-se fenômeno). (Flusser, 2005, p.28).

Na introdução do livro de Flusser, Rafael Cardoso diz que “a base daquilo que entendemos por cultura reside na ação de in+formar” (Cardoso *in* Flusser 2007, p.15), dar forma àquilo que está inaparente e que só através dessa forma é que a matéria pode se manifestar e constituir as coisas mundanas como as conhecemos. Sendo assim, todas as coisas materiais e reais que constituem o que chamamos de cultura material estão informadas (dentro de uma forma), sendo que “a matéria do design, como qualquer outro aspecto cultural, é o modo como as formas aparecem.” (Flusser, 2007, p.28).

A letra isolada é um grão, e faz parte de uma palavra. As palavras juntas formam uma linha: não só uma linha de pensamento, mas uma linha na página, um elemento visual que se estabelece no campo espacial determinado pelo formato. [...] Uma linha após a outra cria um parágrafo. Já não é mais uma simples linha, mas uma forma com um limite sólido e um limite maleável. (Samara, 2007, p.23)

No trecho acima, retirado do livro *Grid: Construção e Desconstrução* do designer gráfico Timothy Samara, pode-se perceber através da narrativa esmiuçada, a complexidade e diversidade de elementos que constituem as formas existentes por trás de um texto comum impresso numa página qualquer, por exemplo. Esses elementos estabelecem ligações ou separações visuais entre si. O autor diz que o *grid* organiza essas relações de alinhamentos e hierarquias numa ordem inteligível que pode ser repetida e é compreensível para os outros. Sendo assim, *grid* tipográfico

é um sistema de planejamento ortogonal que divide a informação

em partes manuseáveis. O pressuposto desse sistema é que as relações de escala e distribuição entre os elementos informativos – imagens ou palavras – ajudam o observador a entender seu significado. (Samara, 2007, p.9)

O trabalho do profissional de design gráfico envolve a solução de problemas em níveis visuais e organizativos. “Figuras e símbolos, campos de textos, títulos, tabelas: todos esses elementos devem se reunir para transmitir a informação.” (Samara, 2007, p.22). O *grid* é apenas uma maneira que o designer encontrou para juntar esses elementos e facilitar a diagramação, que dá forma a uma ideia até então inaparente. Timothy Samara diz que os *grids* podem ser soltos e orgânicos, ou rigorosos e mecânicos. Introduzem uma ordem sistemática durante o planejamento visual gráfico de um *layout*, diferenciando tipos de informação e facilitando a navegação entre eles. Além disso, permitem uma diagramação mais ágil para uma coleção de livros, por exemplo, permitem que “vários colaboradores no mesmo projeto, ou numa série de projetos correlatados ao longo do tempo, sem comprometer as qualidades visuais definidas” (Samara, 2007, p.22) ou a identidade do projeto.

2.2.4. O projeto gráfico de revistas

Quando uma matéria fica pronta em uma redação, começa a tarefa de diagramá-la, o que pode causar certos transtornos se não houver uma integração entre a equipe, jornalistas, designers e fotógrafos, um plano editorial claro e um projeto gráfico bem definido. Marília Scalzo (2004) afirma que muitas vezes a falta de diálogo nas redações gerava pedidos absurdos, tanto por parte dos designers - que às vezes pediam para os jornalistas fazerem um título de duas linhas para a página ficar mais bonita, como também da parte dos jornalistas, que queriam páginas sem imagens para caber mais texto. Mas afinal, o que é diagramação³?

“Diagramar é desenhar previamente a disposição de todos os elementos que integram cada página do jornal ou revista. É ordenar, conforme uma orientação predeterminada, como irão ficar depois de montados, e impressos, os títulos, as fotografias, os anúncios, os desenhos e tudo o mais a ser apresentado e outras especificações complementares”. (Erbolato, 1981 apud Silva, 1985).

³ O termo diagramação, para Silva (1985), é resultante da palavra diagrama, do latim diagramma, que significa desenho geométrico usado para demonstrar algum problema, resolver alguma questão ou representar graficamente a lei de variação de um fenômeno. Há uma divergência entre as terminologias da palavra, mas neste trabalho, a palavra diagrama é empregada como sinônima a grid.

Entende-se, portanto, que o projeto gráfico de uma revista é justamente essa orientação predeterminada relatada pelo autor, é um conjunto de regras gráficas e indicações sobre a diagramação e o uso do *grid*, que vão auxiliar e limitar o trabalho do diagramador conferindo unidade ao periódico.

A importância do projeto gráfico na produção de periódicos jornalísticos é consenso entre profissionais e teóricos da área. A busca por uma identidade própria é uma das principais razões. Por trás do trabalho de planejamento visual de qualquer veículo de mídia impressa há uma questão que sempre acompanha o editor de arte: a identidade do veículo. Pode-se afirmar que esse profissional terá alcançado seu objetivo no momento em que o leitor correr os olhos sobre a página e souber a que publicação ela se refere. Ou seja, no instante em que ele, a partir do design gráfico apresentado, souber identificar o veículo mesmo sem ver o logotipo. (Carnicel, 1999 *apud* Santos, 2005).

2.2.4.1. A Estrutura Editorial

Antes de entender quais são e como funcionam os elementos de um projeto gráfico é necessário entender como uma revista está estruturada. Normalmente o plano editorial é o que representa a visão exata da redação sobre a publicação e sua relação com o leitor. O plano estabelece a missão, os objetivos e define a linha editorial⁴ que o impresso vai seguir. Determina quem são os leitores do periódico, planeja os cenários futuros para a publicação, antevê possíveis riscos, propõe estratégias de ação. No entanto o plano editorial por si só não faz uma revista, é necessária a integração sistemática entre jornalistas, fotógrafos, designers, administradores e outros profissionais.

O conteúdo da publicação pode ser organizado de diversas maneiras sendo que a mais comum é a divisão por tipo de texto como, por exemplo, reportagem, entrevista, crítica, entre outros. Outra divisão bastante comum é classificar o conteúdo por estilos, no caso de revistas culturais, e agrupar os assuntos por expressão artística como literatura, cinema, teatro e etc. Geralmente esse conteúdo está dividido em editorias e/ou seções. A editoria costuma ser a unidade temática/textual do conteúdo principal, enquanto a seção reúne os conteúdos editoriais extras e fixos, como carta ao leitor, sumário, errata, etc.

As páginas internas das publicações podem ser classificadas, segundo Tarcízio Silva (2009), em três conjuntos: conteúdo editorial; conteúdo auto-referencial e publicidade. O conteúdo editorial é o assunto da revista propriamente dito, o

⁴ Linha Editorial, segundo Rabaça (2001) é a direção seguida por uma empresa de comunicação na programação de seus produtos; Tratamento de seus conteúdos; Estilo e postura de um determinado veículo.

motivo pelo qual é lida e/ou comprada. É constituído pelas matérias, sejam elas reportagens, crônicas, críticas, entrevistas ou outros gêneros jornalísticos e literários. O conteúdo auto-referencial é o conteúdo que organiza a revista, dá créditos e está ligado aos aspectos legais e informacionais como cartas do leitor, errata, equipe, expediente, sumário. Já os anúncios publicitários são a principal fonte de receita de grande parte das publicações editoriais existentes.

Além das páginas internas tem-se a capa que, geralmente, se apresenta como a síntese daquela edição, funciona como se fosse a embalagem da revista. A capa é fundamental na persuasão dos leitores quanto à escolha de certa revista em detrimento de outra numa prateleira ou banca. Marília Scalzo (2004) diz que o logotipo, a imagem e o estilo da capa formam uma marca registrada da publicação que deve manter um padrão e permitir ao leitor reconhecê-la.

2.2.4.2. Elementos do projeto gráfico

O projeto gráfico é um conjunto de orientações predeterminadas que vai dar continuidade às edições do impresso e ajudar a manter uma identidade gráfica. São quatro as funções básicas do projeto gráfico: identificação; organização; navegação; expressão/estilo. (Silva, 2009, p.16).

O projeto gráfico organiza as diferentes partes da estrutura editorial da revista, fazendo com que cada texto seja reconhecido como cada tipo de conteúdo editorial e que não seja confundido com a publicidade, por exemplo. (Silva, 2009, p.16).

Esse conjunto de orientações é planejado para guiar os profissionais que vão trabalhar na publicação para que a identidade e o estilo do impresso sejam mantidos ao longo do tempo, mesmo com profissionais diferentes trabalhando na equipe. A facilidade ou dificuldade com o qual o leitor navega através da revista também é de responsabilidade do projeto gráfico. Através de um índice claro, rodapés, paginação e demarcação de seções, o leitor poderá encontrar o conteúdo desejado com facilidade. Por fim, "o projeto gráfico é a primeira expressão do estilo gráfico da publicação" (Silva, 2009, p.16). Para isso, lista as famílias tipográficas a serem utilizadas, define o formato da página, o tipo de papel, as medidas, as posições, os símbolos, o logotipo, a paginação, o grid, as cores e modos de utilização das imagens. Alguns projetos gráficos indicam inclusive como as imagens podem ser editadas, no que se refere a recortes, uso de técnicas, cores. Um projeto gráfico pode ser mais ou menos rígido, a depender da publicação. Os elementos básicos constituintes de um projeto gráfico são:

LOGOTIPO

O logotipo da revista (figura 6) está, geralmente, associado à imagem e à estrutura da capa. Segundo Scalzo (2004) é o primeiro aspecto norteador do estilo da revista, é o que identifica um número individual como pertencente a uma publicação ou grupo.



Figura 6
Logotipo das revistas
(a) Veja, (b) Trip e (c)
Rolling Stone.

CAPA

A capa (figura 7) tanto do jornal como da revista, é a “expressão imagética que primeiro impacta o leitor” (Ferreira Júnior, 2003, p.15).



Figura 7 - Capas das revistas (a) Trip - outubro de 2010, (b) Veja - 15 de julho de 2009 e (c) Rolling Stone - maio de 2011.

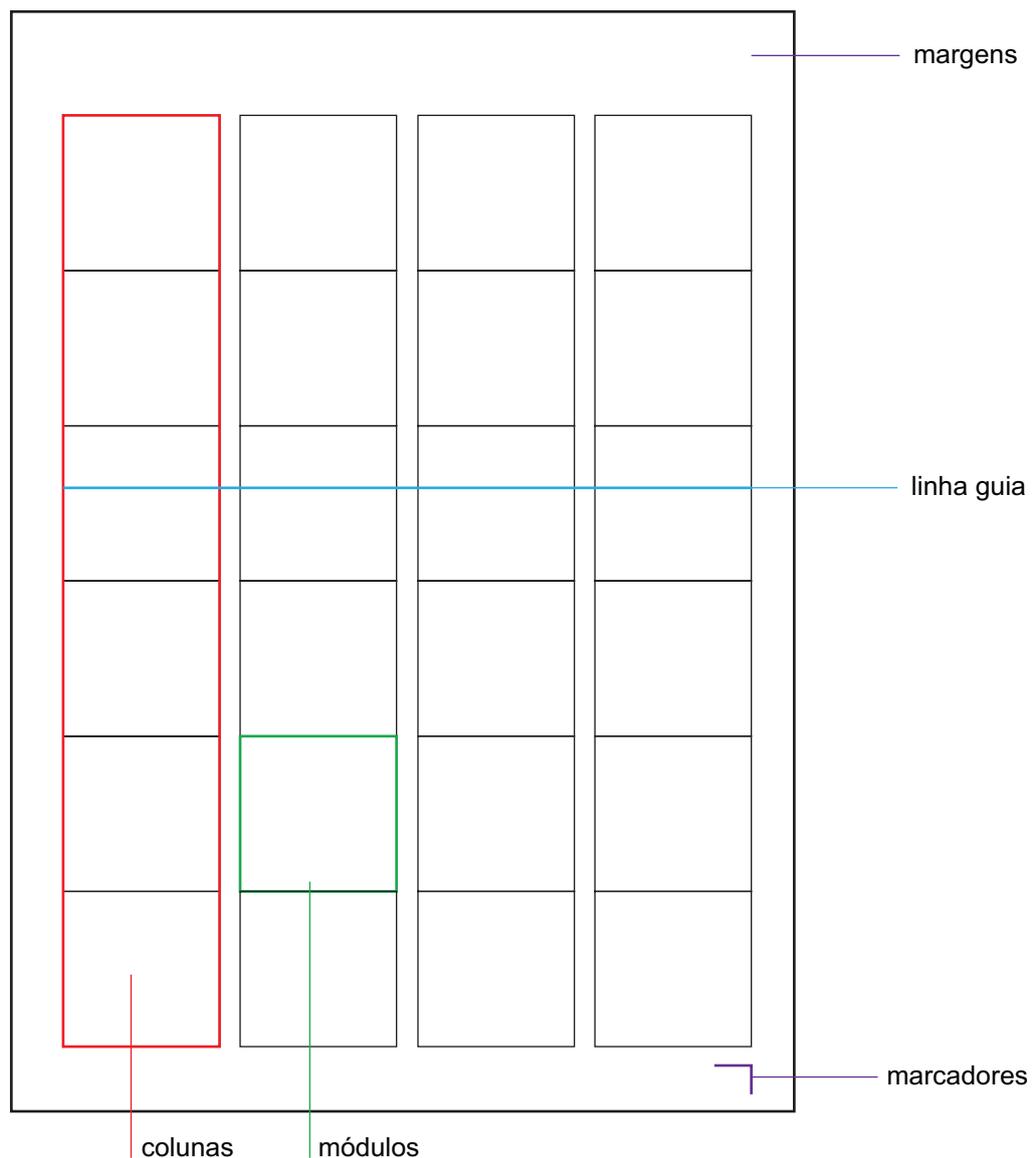
GRID TIPOGRÁFICO

O *grid* (conhecido também como grelha, grade ou diagrama) consiste num conjunto específico de relações de alinhamento que funcionam como guias para a distribuição dos elementos num formato. (Samara, 2007, p.24). Introduce uma ordem sistemática, que permite ao leitor melhor compreender os elementos informativos (imagens e textos) da página.

Segundo Tarcízio Silva (2009), bons projetos gráficos trazem opções de *grid* para as várias partes da revista, como por exemplo, um tipo de *grid* para as matérias e outra para índice. Cada tipo de *grid* determina a largura das colunas, especifica as famílias tipográficas, o tamanho do corpo da fonte para determinado conteúdo, como por exemplo, corpo 11 para texto e corpo 9 para legendas.

Timothy Samara diz que todo *grid* possui as mesmas partes básicas, por mais complexo que seja e que cada página desempenha uma função específica que podem ser combinadas ou omitidas segundo as exigências informativas do conteúdo. Abaixo um esquema com os elementos básicos de um *grid* (figura 8) e páginas de revistas com *grids* diferentes (figura 9).

Figura 8
Esquema com os
elementos básicos
de um grid.





(a)

(b)

ENTREVISTA | MARILENA CHAUI

A paciência do pensamento

A filósofa mais importante do país discute a crise financeira, a popularidade do governo Lula, e afirma a centralidade do ensino da história da filosofia nas escolas

JUVENAL SAVIAN FILHO e EDUARDO SOCHA

Refrear, neste caso, uma declaração talvez mais entusiasmada seria um gesto incoerente. Marilena Chauí é, sob vários aspectos, uma das personalidades mais admiráveis do país. Pois não basta dizer que sua trajetória como educadora se confunde com a própria difusão da filosofia universitária no Brasil. Essa constatação, evidente quando se observa a formação de nossos departamentos de filosofia, deriva de apenas uma das linhas de atuação da pensadora. Sua ativa participação nas discussões sobre os rumos da educação brasileira atestam a continuidade do engajamento, que vai além dos muros universitários da FFLCH-USP, onde leciona há 40 anos. Comprovando que também é possível romper com a elitização do ensino de filosofia sem abandonar o rigor que caracteriza a verdadeira atitude filosófica, seu livro *Comêtiq e filosofia* tornou-se uma introdução surpreendente ao filosofar e referência praticamente obrigatória para o ensino médio.

Em razão de sua militância no campo político-partidário – outra linha de atuação –, seu nome hoje integra o panteão dos intelectuais que forneceram as coordenadas teóricas para a consolidação da democracia em nossa história política recente. Membro fundador do PT, teve experiência no Poder Executivo como secretária de Cultura de São Paulo, na gestão de Luiz Erundino; experiência em que, segundo a própria filósofa, requirava um jogo de cintura incompatível com o princípio de autonomia da atividade intelectual, esta sim sua vocação declarada. Distante do Executivo, não deixou porém de atuar como conselheira e porta-voz dos ideais emancipatórios e democráticos dos diversos movimentos de esquerda.

Como se não bastasse, sua pesquisa acadêmica, voltada à Filosofia de Espinosa e de Merleau-Ponty, marcada pela interpretação austera dos textos, pelo respeito filológico ao “espírito de letra” dos pensadores, conquistou o reconhecimento nacional e internacional. Distinções como a *Ordre des Palmes Académiques*, conferida pela

Presidência da República francesa (1992), e os dois títulos de doutorado *honoris causa*, um pela Universidade de Paris 8 (2003), outro pela Universidade de Córdoba (2004), são exemplos que por si testemunham o alcance notável de sua produção.

Sim, claro, existem os críticos de seu trabalho. Mas, infelizmente, poucos merecem ser ouvidos ou lidos. Dizemos infelizmente, porque o primitivismo e a esterilidade de grande parte dessa crítica confirmam a precariedade intelectual de nossos debates, de nosso atual estado de coisas. A tais críticas, que tão logo expõem suas fissuras de raciocínio, caberia apenas o riso da indignação não fosse o espaço midiático que ocupam, não fosse a agressividade de suas manifestações, o preconceito, o ressentimento e o desvirtuamento rasteiro; as atitudes lamentáveis que afinal determinam o *modus operandi* de uma parcela da direita brasileira.

Na entrega do *honoris causa* pela Universidade de Paris, disseram: “Para alguns, a filosofia é uma carreira universitária. Para outros, mais raros, ela é um combate. Era, certamente, o caso de Espinosa. E é também, sem dúvida, de Marilena Chauí”. Talvez isso explique a resistência e a polivalência da pensadora em um país com tantas adversidades. Talvez isso justifique também o espírito enérgico pelo qual manifesta suas convicções na educação, na política, em sua pesquisa acadêmica. Mas o segredo maior parece ser o apreço pelo tempo necessário à reflexão. Na mesma cerimônia, Claude Lefort lembrou que a eloquência e a rapidez de sua inteligência não ocultam paradoxalmente o traço que melhor caracteriza a filósofa: a paciência do pensamento.

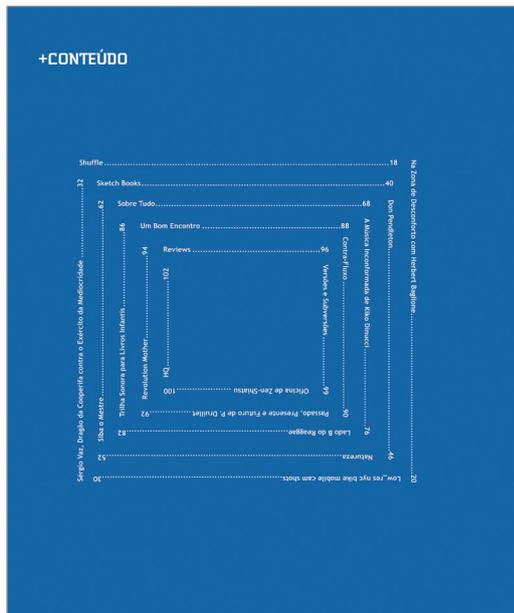
Marilena prepara atualmente o segundo volume de *A narrativa do real*, continuação de sua obra sobre política em Espinosa. Nesta entrevista, concedida à CULT, a filósofa fala sobre a atual crise financeira, a popularidade do governo Lula, a inclusão da filosofia no ensino médio e também sobre sua trajetória de vida.

16 | CULT | 23 DE ABRIL DE 2011

Figura 9
Páginas duplas das revistas (a), Raygun com um grid mais livre e (b) Cult com um grid mais rígido.

SUMÁRIO/NAVEGADOR

O sumário, conforme ilustram as figuras 10 e 11, lista o conteúdo de maneira a apresentar ao leitor o conteúdo da revista. Em alguns casos é mais sucinto trazendo apenas os títulos das matérias e as páginas, em outros casos, é bastante complexo possibilitando ao leitor uma abrangência maior daquele conteúdo. Funciona como um cardâpio onde o leitor abre e escolhe o que vai ler e por onde vai começar a navegar na revista. As etiquetas e o rodapé é que vão ajudá-lo a continuar navegando pela revista depois de passar pelo índice.



BONECOS UM POQUINHO DIFERENTES DO SEU ÚLTIMO BONECO.

PLASTIK

PRODUZINDO, SEM PRECISAR DAS SUAS FERRAMENTAS DESEMPENHAR O ECONOMISTA.

www.plastiksp.com.br
 Rua Dr. Melo Alves, 459 - São Paulo - Brasil
 55 11 30812056 - 55 11 30812714

(a)



CONTRA FLUXO

Por Hugo Mouton

No final do ano passado, quase aos 45 minutos do segundo tempo, eis que o grupo Contrafluxo surge e todos e nas promessas com seu novo trabalho, contrariando a lógica do Mercado atual, trata-se de um álbum duplo. Em época de choradeira generalizada e vacas magras da indústria fonográfica, o grupo resolve fazer luz ao nome e corrigir o lapso. Em tempo recorde, o disco caiu na boca do povo, ficando em quarto lugar entre os melhores discos independentes de 2007, em eleição realizada pela site Trama Virtual, contando com as votações de influentes e respeitáveis jornalistas e produtores musicais do país.

Em um bate-papo com Mouton, um dos quatro MC's do grupo, falamos sobre o novo disco, "O nome Suposição vem das dificuldades que a gente enfrenta, a tem que superá-las no dia-a-dia. Esse disco é meio que um relato de uma passagem - começa mais indigesto, sombrio e pesado e do meio pra fim vai amaciando. É como numa travessia, onde o começo é mais complicado, mas no fim você colhe os frutos disso", conta o MC e produtor.

Sobre a produção do novo disco, além de contarem com três bestsellers no grupo eles ainda ficaram felizes de lidar em alerta produtores conhecidos e com uma relação mais próxima ao grupo sobre o fato de estarem abertos a contribuições. Dos parceiros Diogo, Haru e Cabe de Coruja, vieram a maioria das contribuições - além, é claro, do DJ Calque Já trata um histórico de ter produzido coisas bem bacanas para eles no passado.

A produção do disco chama a atenção por apoiar a participação de diversos produtores, a estética está clara, com beats e timbres peculiares de grupos de hip-hop da década de 1990. Isso contrasta não para a época "Contrafluxo", a batida "Alameda da Memória", a prostração de "Corrente do Bem" e a melódica favorita desde a primeira edição, "Provações".

As questionar sobre como funciona a dinâmica de composição das músicas, já que o grupo conta com mais de dez integrantes, Mouton diz para "É mais fácil na elaboração e mais difícil na legítima. Tem sempre seis caras se alternando no papel de good cop e bad cop; cada um é o ditador da vez. Mas conseguimos criar uma dinâmica boa, deixar o ego de lado, saber receber críticas pessoais e lidar com isso como gente grande".

Mas o que faz o Contrafluxo ser diferente dos demais? São pessoas com vivências diferentes, visões de mundo diferentes e que se juntaram por amor à música, ao rap em especial, e que acreditam que possam fazer música que seja ao mesmo tempo honesta com o que acreditamos, e universal, acessível à pessoa de qualquer classe". afirma Mouton.

E como se não bastasse as diversas músicas do primeiro disco, o segundo disco também não decepciona. Uma mistura, com mais do que amor e participação de diversos MC's da cena: Rick, Jamis Ventura, Rodrigo Brandão e Max D.O entre outros.

Contrafluxo é Dejá Vu, Hazeiro, Mouton e Qui nos microfones, e DJ Big Eita e DJ Willian nos toca discos.

Para ver e ouvir: www.myspace.com/contrafluxo

(b)

Figura 11
 (a) página dupla com índice e (b) página dupla com navegador na parte horizontal inferior da revista Soma, maio de 2008.

ETIQUETAS E RODAPÉ

As etiquetas (também chamadas de selos) servem para identificar as seções ou editoria da revista (figura 12). Por questões de formato, segundo Tarcízio Silva 2009, costumam estar no topo das páginas, geralmente nas extremidades para que fiquem bem visíveis ao folhear das páginas.

Assim como as etiquetas, o rodapé (conhecido também como folio) costuma estar posicionado nos lados externos das páginas, para facilitar a visualização. Servem para ajudar o leitor a navegar pelo impresso, e geralmente trazem: número de página, o nome da revista; número; mês e ano.

Figura 12
Páginas duplas das revistas (a) Veja (abril de 2009) com o marcador da seção Entrevista e (b) Super Interessante (agosto de 2009) com o marcador da seção Digital.

Entrevista FRANCIS FUKUYAMA

“O pior dessa história toda é que, na esteira da crise, estamos assistindo a um aumento do nacionalismo econômico. Seu desdobramento mais nefasto é o protecionismo”

Estados Unidos e da Europa. Acredito, porém, que esse objetivo não seja alcançado pelo atual modelo chinês.

O que o capitalismo e a democracia liberal precisam fazer para sobreviver à atual crise? Precisamos, urgentemente, de maior controle sobre o sistema financeiro, que está completamente desregulado. Acredito, também, que o estado mínimo não funcionou. A partir de agora veremos uma presença bem maior do estado na economia. Ou seja: será uma economia mais de estado e menos de mercado.

Isso não representa uma derrota do liberalismo econômico? Não há nada de errado com o liberalismo. A receita liberal, baseada no livre mercado e na globalização, ainda é a melhor alternativa para o desenvolvimento global. Mantenho-me fiel a ela. Milhões de pessoas declaram a linha de pobreza nos últimos anos justamente por causa do crescimento econômico robusto no mundo. A crise atual não foi causada por um excesso de liberalismo, mas por opções políticas equivocadas. Por décadas, seguimos um modelo que propunha a máxima desregulamentação dos mercados financeiros e a criação de mercados sem se ajustar automaticamente a qualquer situação. Até o Alan Greenspan (ex-presidente do banco central americano) reconhece que foi um erro acreditar nisso.

Qual é o melhor caminho para regular os mercados agora? A criação de uma “lei das finanças” e uma lei ética? Há quem veja o G-20 (grupo dos vinte países mais ricos do mundo) ajudando nessa área. Não acho que seja uma boa saída dar a uma instituição supranacional o papel de regular todo o mercado. O G-20 deveria expandir organismos que já existem, como o Fundo Monetário Internacional (FMI). As reformas para regular mercados deverão ser desenhadas em âmbito nacional ou regional. Os europeus, por exemplo, precisam criar um sistema de regulação bancária, que eles ainda não têm.

20 | 15 DE ABRIL, 2009 | veja

“Na América Latina, o crescimento foi interrompido pela instabilidade política. Esse é o motivo do abismo entre os Estados Unidos e os demais países”

Hangria e Espanha são catiônicos e se modernizaram.

O que fez, então, os Estados Unidos serem tão mais bem-sucedidos? Na América Latina, o crescimento foi frequentemente interrompido pela instabilidade política. Esse é o motivo central do distanciamento entre os Estados Unidos e os demais países. Os Estados Unidos tiveram uma revolução, a da Independência, e um único momento de descontinuidade, que foi a Guerra Civil (1861-1865); a América Latina teve inúmeros períodos de instabilidade. Além disso, nos Estados Unidos há na sociedade um consenso muito forte de respeito à Constituição e ao estado de direito. Isso permitiu ao país viver períodos longos de crescimento.

O que a América Latina deve fazer para superar essa distância? Há inúmeras áreas com problemas de diferenciação institucional. A segurança pública é um exemplo. Os índices de criminalidade da América Latina são dois a três vezes superiores aos dos Estados Unidos. A corrupção é grande, e o respeito ao estado de direito, ainda pequeno. Isso não quer dizer que a América Latina

21 | 15 DE ABRIL, 2009 | 21

DIGITAL.

Quer entender o que acontece?

É só acessar a Supermundo (supermundo.abril.com.br), o site que reúne o arquivo completo das revistas SUPER, MUNDO ESTRANHO e AVENTURAS NA HISTÓRIA. Fizemos um teste e separamos informações sobre alguns dos temas mais polêmicos do último mês: a morte de Farrah Fawcett e Michael Jackson, gripe, crise política no Irã e corrupção brasileira.

3747 resultados de busca por **VÍRUS**

1140 resultados de busca por **POP**

1370 resultados de busca por **IRÃ**

344 resultados de busca por **CORRUPÇÃO**

supermundo supermundo.abril.com.br

A música sempre mexeu com você. Agora você mexe com a música.

SAMSUNG

Samsung Beat David Katz

Cobalar H2A1

8 GB de memória
Câmera de 2,2 megapixels
MP3/WMA
Rádio FM

Prepare-se para se tornar um verdadeiro DJ. Chegou o Beat.H2, o Cobalar que vai revolucionar a sua forma de navegar com a música.

Adicione efeitos, faça o seu mix e deixe sua música do jeito que você quiser.

Todo tudo com um Display Full Touch AMOLED de 2,2" com 16 milhões de cores e áudio Bang & Olufsen LPCPower.

www.samsung.com.br/beat

FOTOGRAFIA

Na maioria das vezes existe um fotógrafo responsável pela produção das fotos para uma determinada matéria de uma revista. Mas, de acordo com Tarcízio Silva 2009, o ato de diagramação envolve atos de significação, por meio da encomenda, seleção, recorte, posicionamento, dimensionamento, legendagem ou mesmo recusa das imagens. Muitos projetos gráficos chegam a especificar como a fotografia deve ser editada, quais os recortes que podem e não podem ser feitos e como eles devem compor a área da página. Em revista e jornais a fotografia vêm sempre acompanhada de legenda descritiva e crédito para o fotógrafo.

Abaixo seguem imagens de páginas de revistas (figura 13) com tratamento de fotos diferenciados:



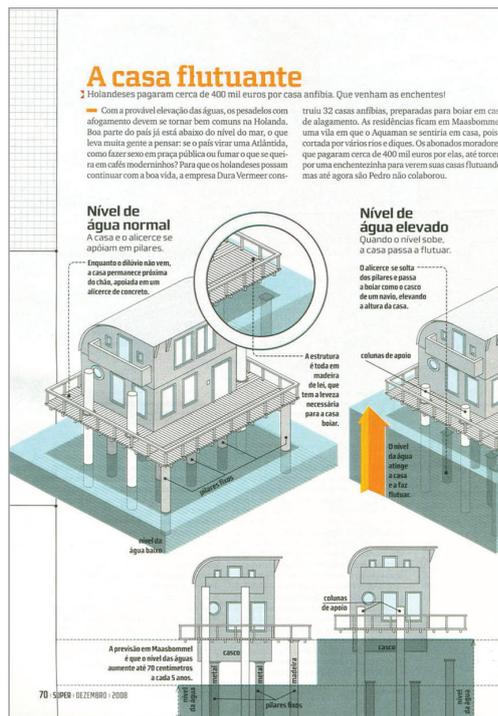
Figura 13
Páginas com possibilidades de inserção e cortes diferenciados nas fotografias. (a) Revista Itaú Cultural – junho de 2008 e (b) Veja, março de 2009.

ARTE

O que se chama de arte (figura 14) em diagramação são imagens produzidas para ilustrar, complementar visualmente ou substituir a informação do texto. Podem ser:

- a) Infográficos - que inclui mapas, gráficos estatísticos, sequenciais e esquemas visuais;
- b) charge - desenho geralmente satírico com personagens do noticiário e;
- c) Ilustração - todo tipo de desenho ou pintura que pode acompanhar um texto jornalístico. A ilustração pode ser uma versão ilustrativa do texto ou uma visão complementar ao texto, usando uma linguagem pictórica.

Figura 14
 (a) Exemplo de ilustração na revista Super Interessante – dezembro de 2008; (b) exemplo de infográfico na revista Super Interessante – dezembro de 2008 e (c) exemplo de charge na revista Veja, abril de 2009.



Segundo a designer Raquel Braz Ribeiro (2008), os principais elementos visuais do projeto gráfico podem ser observados no esquema abaixo (figura 15):



Figura 15
Esquema para
indicar os
elementos na
página da revista

LEGENDA

- 1 – Cartola
- 2 – Título
- 3 – Linha de apoio
- 4 – Lead ou leading
- 5 – Texto
- 6 – Entretítulo
- 7 – Colunagem
- 8 – Olho da Matéria
- 9 – Citação
- 10 – Box
- 11 – Fotografia
- 12 – Legenda
- 13 – Cores
- 14 – Anúncio
- 15 – Assinatura

LEVAN
TAMENTO
DE
DADOS

3.1. O Núcleo de identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica)

O Nigráfica é um núcleo de pesquisa que atua especialmente com o material gráfico disponível em acervos como as bibliotecas, Arquivo Público, acervo de escolas e particulares. A Biblioteca Estadual e o Arquivo Público são dois acervos onde jornais, revistas, cartazes, livros que fizeram e ainda fazem parte da história gráfica capixaba podem ser encontrados e pesquisados. Desta forma, o Núcleo tem como objetivo estudar e analisar os impressos produzidos no Estado bem como a própria tecnologia desenvolvida.

A equipe do Nigráfica (figura 16) conta com uma sala de cerca de 70m² localizada no Cemuni IV do Centro de Artes da Ufes, uma biblioteca, equipamentos e ferramentas para análise gráfica destinados ao uso nos projetos desenvolvidos e reuniões da equipe.

Figura 16
Equipe na sala do
Nigráfica



3.1.1. Linhas de pesquisa

Atualmente o Nigráfica conta com duas linhas de pesquisa, ambas ligadas ao campo das ciências sociais aplicadas, desenho Industrial e design, a saber: a) Impressos Capixabas, que busca pesquisar, documentar e analisar os mais diversos tipos de impressos produzidos no Estado do Espírito Santo de tal maneira a se criar um material de consulta e estudo da identidade gráfica capixaba e; b) Tecnologia gráfica do Estado, que busca identificação da tecnologia gráfica utilizada tanto para fins comerciais como para o ensino dos profissionais da área gráfica no Estado do Espírito Santo.

3.1.2. Projeto “Identidade Gráfica Capixaba 100 Anos em Revista”

A pesquisa intitulada “Identidade Gráfica Capixaba 100 Anos em Revista” foi financiada inicialmente pela Fundação de Apoio à Ciência e Tecnologia do Espírito Santo (FAPES) e se insere no âmbito das pesquisas na área do design que lidam com a memória gráfica brasileira. Diversos designers e pesquisadores têm se dedicado a estudos variados nas áreas de tipografia, rótulos, jornais, revistas com o intuito de caracterizar a cultura material e visual na formação de noções de

identidade brasileira. Esta realidade nacional pode ser vista num círculo menor ao se estudar o caso de cada estado. Nos acervos do Espírito Santo, mais especificamente Biblioteca Estadual e o Arquivo Público, é possível encontrar revistas que trazem em suas páginas o que pode ser tomado como característica capixaba, sempre levando em conta influências externas sofridas, adaptações, criações próprias e demandas geradas por fatores diversos, dentre eles, o tecnológico. Numa análise de evolução em projetos gráficos, o Nigráfica também investiga a própria evolução da tecnologia das gráficas nas quais esses materiais foram produzidos e impressos, documentando historicamente a evolução tecnológica do parque gráfico espírito-santense.

Esse projeto se propôs entrar no universo capixaba através de uma pesquisa gráfica das revistas periódicas publicadas, produzidas e impressas nas cidades da Grande Vitória, especificamente as lançadas entre 1910 e 2010, dentre as quais se podem destacar a revista *Vida Capixaba* e a *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo*.

Como tarefa deste núcleo de pesquisa, a elaboração de uma revista, vem criar uma ponte entre o que é pesquisado e a comunidade acadêmica. Com isso, esta revista se torna uma oportunidade de aplicação dos resultados da pesquisa teórica deste projeto de graduação num suporte gráfico que atenda tanto às expectativas e estratégias do Nigráfica, como as necessidades comunicacionais do público ao qual se destina.

3.1.3. A Universidade Federal do Espírito Santo

Como o Nigráfica está inserido institucionalmente e fisicamente no Campus Goibeiras da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), este é o contexto acadêmico ao qual o núcleo se remete. Portanto, é importante conhecer um pouco sobre a Universidade, de modo a projetar uma revista que possa servir como meio de identificação desse grupo.

De acordo com o Portal da Universidade, a Ufes é a única universidade pública do Estado do Espírito Santo e atualmente possui quatro campi totalizando uma área construída de 225.918 m² construídos, onde circulam cerca de quinze mil alunos de graduação, mil e duzentos professores e dois mil e duzentos servidores técnico-administrativos. São 74 cursos de graduação, 41 programas de pós-graduação, com 41 cursos em nível de mestrado e 14 de doutorado. Além disso, a Ufes está integrada ao programa Universidade Aberta do Brasil (UAB), e ao Projeto Pró-Licenciatura, idealizados e executados pelo Ministério da Educação.

De acordo com o portal da Universidade, a Ufes tem como missão gerar avanços científicos, tecnológicos, artísticos e culturais, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, produzindo e socializando conhecimento para formar cidadãos com capacidade de implementar soluções que promovam o desenvolvimento sustentável. Como visão, a Ufes quer ser reconhecida como instituição pública multicampi no Espírito Santo, de excelência nacional em ensino, pesquisa

e extensão, consolidando a sua atuação de forma integrada com a sociedade e comprometida com o desenvolvimento sustentável.

O Nigráfica está vinculado ao Centro de Artes da Ufes (Car-Ufes) e ao Departamento de Desenho Industrial desta Universidade. O Car-Ufes possui outros departamentos que gerenciam os cursos de graduação em Audiovisual, Arquitetura, Artes Plásticas, Artes Visuais, Desenho Industrial, Jornalismo, Música e Publicidade; e os cursos de pós-graduação, Mestrado em Arquitetura e Urbanismo e Mestrado em Artes.

A estrutura física do Car-Ufes divide os departamentos em prédios chamados Cemunis. Essa estrutura consiste em edificações térreas cuja planta é quadrada, tendo ao centro um jardim interno, ponto de encontro dos alunos e espaço de vivência cotidiana que proporciona intercâmbios entre os alunos dos cursos do Car-Ufes. Pode-se dizer que as pesquisas desenvolvidas no Nigráfica têm como público alvo prioritário os alunos do curso de Desenho Industrial, que além de consumidores desse conteúdo também são agentes produtores dessas pesquisas. Além desses, no entanto, o Nigráfica preocupa-se com o meio acadêmico desta Universidade mais especificamente os alunos dos outros cursos do Car-Ufes que estão diretamente ligados às suas pesquisas devido às possibilidades proporcionadas pelo espaço de convivência acadêmica.

Os produtos desenvolvidos pelo Núcleo, mais especificamente o objeto em questão deste projeto de graduação, a revista acadêmica, devem servir como meio de identificação desse grupo. A questão é: que configuração visual e elementos gráficos serão necessários para transmitir a imagem do meio acadêmico do Nigráfica e da Ufes?

3.2. BRIEFING DA REVISTA DO NIGRÁFICA

Segundo a designer Adriana Costa e Silva (2002), *briefing* é uma “série de referências fornecidas contendo informações sobre o produto ou objeto a ser trabalho, seu mercado e objetivos.” Pode ser entendido como as instruções preliminares básicas do projeto, contendo informações sobre o objeto a ser trabalhado, a empresa ou cliente, seu mercado, seu público alvo e usuários. É uma importante ferramenta a ser utilizada logo no início dos trabalhos, durante a fase de identificação da situação de projeto, pois proporciona um foco e uma visão mais objetiva para o processo.

O *briefing* deste trabalho foi desenvolvido junto à equipe do Nigráfica durante as reuniões semanais do grupo entre os meses de julho e agosto de 2010. Os objetivos e intenções da publicação a ser desenvolvida foram registrados em relatórios que permitiram uma visão mais clara sobre a revista a ser idealizada e planejada. Essa revista a ser desenvolvida e publicada pelo Nigráfica deve, em primeira instância ser um veículo de comunicação e divulgação das atividades desenvolvidas pela equipe do Núcleo. Deve também reforçar os objetivos e inten-

ções do Nigráfica, servir como um instrumento de debate acadêmico e se consolidar como um espaço de interação e produção nas áreas de design gráfico, pesquisas de impressos, tecnologia gráfica e memória gráfica brasileira. Deverá se firmar como ferramenta de colaboração, debate e integração entre as pesquisas desenvolvidas no Espírito Santo e aquelas semelhantes produzidas em outros estados brasileiros.

O conteúdo será centrado em torno das pesquisas desenvolvidas pelo Nigráfica e deverá ter caráter e linguagem acadêmica. No entanto, pretende-se também apresentar os trabalhos de maneira menos formal que os padrões identificados em anais de congressos científicos que buscam certa universalidade. Dessa forma espera-se, também, poder se comunicar com um público que não tem familiaridade ou interesse científico. Como público alvo principal, pode-se dizer que a revista será direcionada aos alunos do curso de Desenho Industrial da Ufes. No entanto, como se pretende abordar temas nacionais e de interesse da comunidade científica brasileira, com isso, espera-se ter como público alvo também alunos e professores de áreas afins como jornalismo, história, publicidade, artes, dentre outros desta e de outras universidades brasileiras.

Como a publicação pretende-se firmar como um periódico do Nigráfica, o projeto gráfico deve ser pensado de maneira a permitir flexibilidade suficiente para o conteúdo poder adequar-se a demanda das pesquisas daquele ano além de atraente o suficiente para um público especializado no assunto.

3.3. REVISTAS ACADÊMICAS

Conforme visto no capítulo 2, as revistas são caracterizadas por serem direcionadas a um público específico. Desta forma, o projeto editorial, o projeto gráfico e todo o conteúdo tanto textual como imagético, são pensados para atender as especificidades desse grupo específico.

Seguindo esse padrão, as revistas acadêmicas também possuem um público bastante específico, o acadêmico. De acordo com o dicionário Aurélio (1993), academia é a escola de instrução superior (faculdade); Instituto ou agremiação científica, literária ou artística, particular ou oficial.

Gruszynsk (2006) diz que ciência e comunicação andam juntas. Divulgar resultados de pesquisas é fundamental para dirigir-se ao público possivelmente interessado em seus resultados, obter legitimidade junto aos pares, receber apoio e recursos financeiros. Para tanto, o pesquisador

vai avaliar a natureza das informações a serem repassadas, o público alvo, o veículo a ser utilizado. Entre as possibilidades, pode optar por periódicos ou revistas científicas, publicações produzidas em intervalos regulares que reúnem artigos e outras contribuições relacionadas à produção científica." (Gruszynsk, 2006).

Segundo as especialistas no assunto, Sueli Ferreira e Mara Targino (2008), a principal finalidade de um periódico acadêmico e ou revista técnico-científica, mantém relação direta com a produção de conhecimento e sua consequente divulgação. “A partir dos novos conhecimentos, a ciência modifica-se, sedimenta-se e origina teorias que valem para a sociedade, na medida em que esta se beneficia com os avanços científicos e tecnológicos”. (Ferreira e Targino, 2008, p.73)

Para a comunidade acadêmica produtora de conhecimento, constituída por alunos, professores, técnicos administrativos e funcionários, ou seja, todos aqueles que circulam pelo campus da Universidade e/ou tem interesse nos assuntos das pesquisas desenvolvidas, esses conhecimentos são imprescindíveis porque têm a finalidade de atualização, renovação e inovação.

3.4. ANÁLISE DE REVISTAS

Durante a fase de levantamento de dados se faz necessário uma pesquisa bem ampla sobre revistas, como estão estruturadas no mercado editorial, campo acadêmico e/ou científico, quais os tipos mais comuns encontrados em bancas e em especial, como funcionam as revistas publicadas por instituições de ensino superior no Brasil. Para se entender como são constituídos esses periódicos foram propostos dois tipos de análise: a) análise de revistas acadêmicas da área do design veiculadas apenas no formato eletrônico e; b) análise de revistas impressas. Para tanto, foi preciso limitar a análise a um número de 3 revistas eletrônicas e 3 revistas impressas escolhidas aleatoriamente e/ou por afinidade dentre muitas existentes.

3.4.1. Revistas eletrônicas

Seguem abaixo algumas revistas acadêmicas na área do design, que foram analisadas sobre os aspectos dos objetivos e a linha editorial do periódico, a estrutura e o formato disponível para o usuário e método de publicação.

A. Arcos Design: Design, cultura material e visualidade

A revista Arcos, conforme descrição no próprio site dedica-se ao estudo dos objetos e das linguagens visuais no contexto mais amplo da sua produção e recepção. Tem por meta abrir espaço para a divulgação de estudos e trabalhos científicos oriundos de diversas disciplinas, desde que priorizem sempre o artefato: nas suas qualidades técnicas e construtivas, como expressão formal; nas suas qualidades informativas e significativas, como linguagem visual; nas suas qualidades mercadológicas e acumulativas, como objeto de consumo e de coleção.

É editada por um corpo editorial veiculado ao Programa de Pós-Graduação em Design (PPDESDI) da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). As primeiras edições foram projeta-

das para a mídia impressa, mas é possível acessá-la eletronicamente através do *download* de um arquivo *Portable Document Format* (PDF). Possuíam como principal editoria os artigos, mas apresentavam algumas seções como resenhas, entrevistas ou palestra. As edições mais recentes estão disponíveis apenas em formato eletrônico e percebe-se que junto a essa mudança, também ocorreu uma modificação no projeto gráfico e editorial. A estrutura editorial passou a girar exclusivamente em torno de um texto de abertura, o editorial, o sumário e principalmente os artigos, geralmente seis ou sete. Através do endereço eletrônico o usuário pode no próprio navegador de internet ler o editorial, ver o sumário e a partir deste, fazer o *download* do artigo que deseja ler (figura 17 e 18).

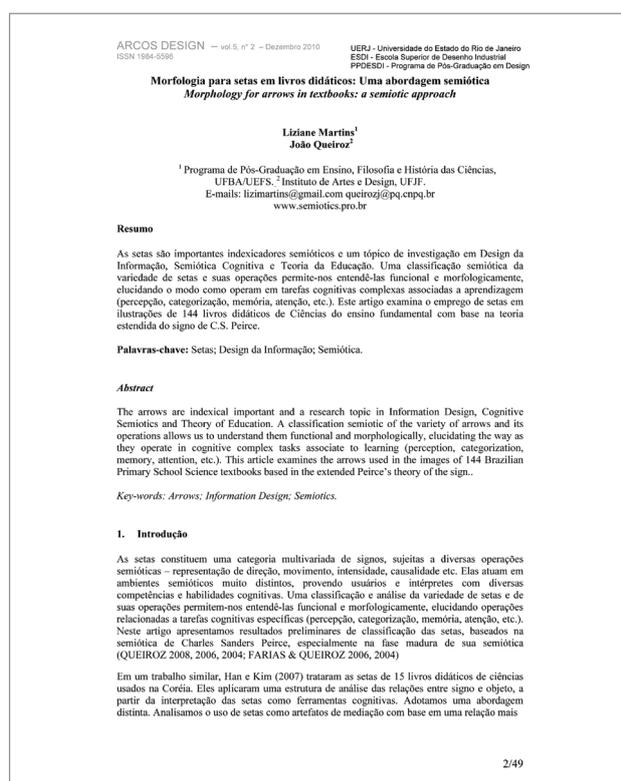


Figura 17 - Página eletrônica da revista Arcos - acessada através do endereço <http://www.esdi.uerj.br/arcos/index.html>

Figura 18 - Página 2 vol.5, nº 2 - Dezembro 2010 da revista eletrônica Arcos - acessada através do endereço <http://www.esdi.uerj.br/arcos/index.html>

B. Transverso: Diálogos entre design, cultura e sociedade

Transverso é uma revista produzida pelo Núcleo de Design e Cultura do Centro de Extensão da Escola de Design da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG). Como o próprio editorial na edição n° 1 diz, é um instrumento de divulgação dos resultados da pesquisa realizada por seus alunos e professores, assim como daqueles vinculados a outras universidades e centros de pesquisa em design e áreas confluentes, do Brasil e do exterior, que tenha por eixo estrutural a tematização crítica do design, a partir dos seus vínculos com as letras, as artes e as ciências humanas e sociais.

A principal editoria é o conteúdo temático disposto em artigos, mas também apresenta uma seção de depoimento e ensaio fotográfico. Está disponível para *download* no site da Universidade e diferente da revista Arcos analisada anteriormente, não possui uma configuração específica para a *web* (figura 19), pois não dispõe de um sumário na própria página do site para auxiliar a navegação do usuário. Funciona como se ela fosse projetada e montada para ser uma revista impressa (figura 20), mas está disponível para *download*.

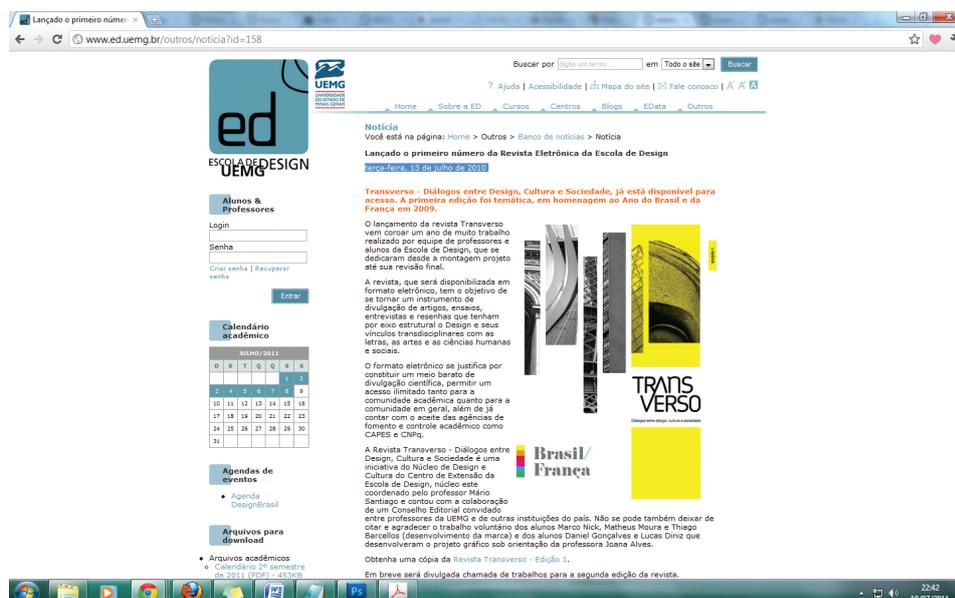


Figura 19 - Página eletrônica da revista Design em Foco - acessada através do endereço <http://www.ed.uemg.br/outros/noticia?id=158>

(a)

REVISTA TRANSVERSO

A exposição de Marcel Duchamp no MAM-SP vista sob a ótica de Jean Davallon

Este artigo consiste em uma análise da exposição de "Marcel Duchamp: Uma obra que não é obra 'de arte'" - ocorrida entre julho e setembro de 2008 no Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo. A análise se dá a partir da teoria de Jean Davallon, autor francês que desenvolve uma abordagem sócio-semiótica dos fenômenos comunicacionais nos museus. Este autor discute a contribuição da semiótica e da teoria da recepção para analisar como a exposição comunica e como se dá a construção de sentido em seu interior. Primeiramente é apresentada a exposição, o artista e seus principais conceitos. Logo após, a base teórica de Jean Davallon e na sequência é feita a análise do espaço expositivo.

Palavras-chave: exposição de arte, comunicação, semiótica, organização da exposição

This article describes an analysis about the Marcel Duchamp's exhibition "A work that is not a 'work of art'" organized at the MAM - Modern Art Museum of São Paulo, Brazil - between July and September, 2008. The exhibition analysis work presented here is supported by Jean Davallon's theories. This French author develops a social semiotics approach for the communication strategies discussing how the semiotics and reception theories are used to build up the sense by the museums visitors. In this article the exhibition is presented first, the artist and his main concepts thereafter. Subsequently, the Davallon's theoretical basis and finally the Duchamp's exhibition analysis work.

Key words: Art exhibition, communication, semiotics, exhibit organization

Renata Dias de Gouvêa de Figueiredo
autora

Cllice Toledo Sanjar Mazzilli
orientadora/co-autora

1

(b)

REVISTA TRANSVERSO



As reproduções de peças como a transparência La Mariée mise à nu par ses Célibataires (1915-23), combina sombras e perspectivas. Uma peça original do famoso mictório: Fountain (1917), exposta apoiada de maneira diferente sobre uma base da que lhe dá funcionalidade muda completamente a forma de vê-la, parecendo até com a figura de um Buda.



Fica a mercê do visitante perceber a seqüência dos grupos de obras: ready-made, óptica, perspectiva, transparência, humor, reprodução, performatividade e erotismo. Essas interpretações são deixadas para o visitante, reforçando o conceito de recepção abordado "(...)cada nova leitura é uma interpretação, e que são

milhares de interpretações de uma mesma obra, sempre novas e diversas, de acordo com a diversa personalidade dos leitores; mas acaba por conceber esta multiplicidade como consequência fatal de um intimismo que reduz qualquer coisa a atividade subjetiva e arbitrária, e por desconhecer a realidade imutável e constante da obra de arte. Feliz no recordar, que toda a operação humana, até a mais receptiva, tem sempre um caráter ativo, essa concepção acaba por exagerar a atividade numa absoluta criatividade, esquecendo que é difícil pensar numa receptividade mais ativa do que a leitura de uma obra de arte, onde receber é reconstruir, fazer reviver, interpretar, penetrar, colher, e onde, na verdade, trata-se de não inventar mas executar, não de criar, mas de recriar, não de dar vida, mas de desperta-la".

Basicamente a exposição apresenta quatro linguagens: os objetos, a palavra escrita, projeções e fotografia. Não há dispositivos interativos apesar das obras performativas provocam o efeito dinâmico do movimento, mas não chegam a ser interativos uma vez que não há a colaboração direta do espectador. Este, quando muito, aciona o botão de ligar, mas de resto se põe a contemplar o que acontece sem poder interferir no funcionamento do dispositivo.

No sentido como o define Davallon, pode-se dizer que a exposição não chega a explorar a intervenção de várias outras formas textuais.

Renata Dias de Gouvêa de Figueiredo
autora

Cllice Toledo Sanjar Mazzilli
orientadora/co-autora

5

Figura 20 - (a) página 1 e (b) página 5 da revista eletrônica Transverso, edição 1 de 2010.

C. Design em Foco: Revista Design em Foco: pesquisas nacionais e internacionais em design

Design em Foco é uma revista editada por um conselho editorial ligado ao colegiado do curso de graduação da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Possui uma linha editorial voltada para a produção de conteúdo ligado aos temas 1) Design, comunicação e cultura; 2) Design, sustentabilidade e responsabilidade social; 3) Design e tecnologias de interface e 4) Design e educação.

Na própria página do site da revista é possível através do sumário fazer o *download* do PDF do artigo que se deseja ler a partir de um *link* disponível ao lado do nome do artigo (figuras 21 e 22). Já houveram edições impressas, mas atualmente apresenta-se apenas no formato eletrônico.

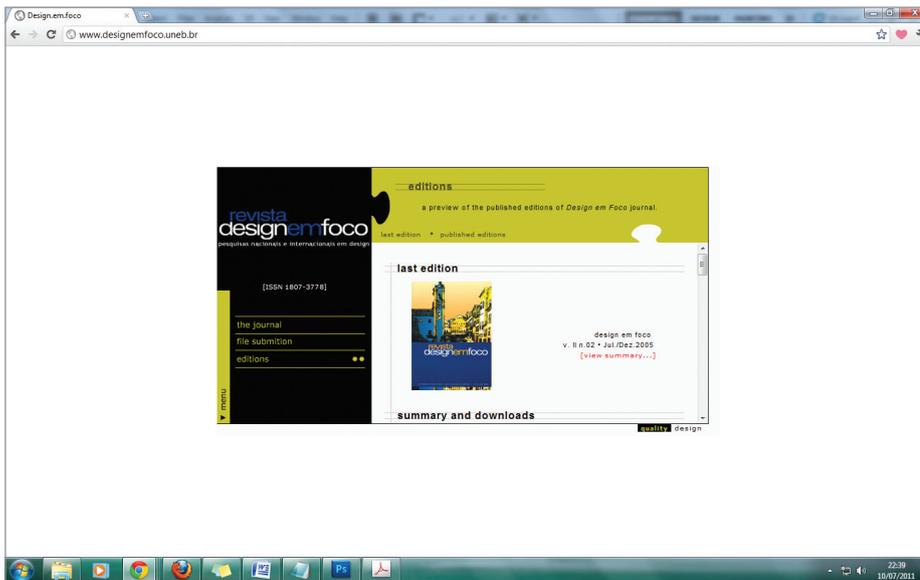


Figura 21
Página eletrônica da revista Design em Foco - acessada através do endereço <http://www.designemfoco.uneb.br/>



Figura 22
Página 5 ■ v. II n.º 2 ■ Jul./Dez. 200 da revista eletrônica Design em Foco.

3.4.2. Revistas impressas

São muitos os pontos de vista a partir dos quais se pode analisar qualquer obra visual e para esta análise partiu-se da decomposição dos elementos constitutivos de cada revista, para melhor compreendermos o todo. A partir da análise das revistas estudadas, observaram-se os pontos em comum que poderiam ser determinados como base de raciocínio e elaboração de critérios para análise. Esses critérios serão usados para analisar e entender como os elementos gráficos dispostos no papel constituem uma unidade ao periódico e proporcionam ao diagramador explorar novas possibilidades de configuração da página impressa. Não é intenção fazer uma pesquisa qualitativa, tampouco quantitativa, uma vez que o mais importante nesta etapa do trabalho é se familiarizar com as possibilidades de construção de uma página impressa a fim de ajudar na geração de ideias para projeto gráfico.

Os critérios para análise são:

- » Estrutura editorial: informações gerais sobre a revista, a periodicidade, a editora, como o sumário apresenta a revista, quais as seções.
- » Capa: logotipo, chamada principal e as chamadas secundárias, informações de preço, n° da tiragem, identidade da revista.
- » Grid tipográfico: famílias tipográficas, quantidade de colunas, bitola das colunas, entrelinha, tamanho do corpo.
- » Uso das imagens: foto, ilustração, infográfico, a relação entre imagens e texto, se sobrepõe, quais os cortes da imagem.

A. *Pesquisa Fapesp*

Estrutura editorial

A revista *Pesquisa Fapesp* é uma publicação da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) que trata de ciência e tecnologia, portanto, com caráter científico. É uma publicação mensal, tem tiragem de cerca de trinta e sete mil exemplares, é vendida nas bancas com preço unitário de R\$9,50 e também funciona por assinatura. *Pesquisa Fapesp* também está disponível na internet (figura 23) onde é possível ler algumas das principais matérias da publicação. A revista impressa possui quatro editorias fixas - política científica e tecnológica, ciência, tecnologia e humanidades -, seções fixas como a carta da editora, imagem do mês, memória, classificados e entrevista, além de seções variantes. As edições analisadas são as de n° 164 do mês de outubro de 2009 e a de n° 165 do mês de novembro do mesmo ano. Pode-se perceber propaganda da Caixa Econômica na 2ª capa, anúncio da Coca-cola na 4ª capa e a ausência de anúncios no miolo.



Figura 23
 Página na web da revista Pesquisa Fapesp – acessada através de <http://www.revistapesquisa.fapesp.br/>

Capa

O logotipo apresenta-se no extremo superior alinhado à esquerda da capa, geralmente na cor vermelha e é constituído apenas por tipografia. O nome em destaque “Pesquisa” se encontra com tipografia sem serifa provavelmente *bold*, que se destaca por apresentar um corpo maior que as informações secundárias que também fazem parte do nome da mesma. A palavra secundária, “Fapesp” se encontra em caixa alta, porém num tamanho de corpo muito reduzido em relação ao nome principal. Esta se encontra logo abaixo do nome “Pesquisa” e parece estar centralizado entre as letras “u” e “s”. As informações como data, nº da edição e preço do exemplar estão localizadas logo abaixo do logotipo, alinhadas à esquerda. É curioso observar o uso de um *box* vertical, também na cor vermelha, que acompanha o logotipo e se alinha horizontalmente ao mesmo. O uso desse *box* em alguns casos parece ser ilustrativo como na edição nº 164 e em outros é usado com texto em seu interior, conforme edição nº 165.

A disposição das chamadas secundárias na capa aparentemente não apresentam um padrão bem definido e como se pode observar na figura 24(a), as três chamadas estão alinhadas à esquerda e se encontram em uma tipografia *bold*, sem serifa na cor preta. Já na figura 24(b), nota-se que o número de chamadas se repete em ambas as edições (total de três), no entanto estão dispostas dentro de um *box* no extremo inferior da capa. Na edição nº 164 a chamada da matéria principal encontra-se em quatro linhas que não apresentam um alinhamento definido. Sua tipografia pertence à mesma família das chamadas secundárias, no entanto apresenta-se não condensada, enquanto que na edição nº 165 a chamada principal encontra-se fragmentada em uma palavra que tem destaque com uma tipografia *bold* e corpo maior quando comparada ao restante da chamada que se apresenta em outra tipografia, em outra cor e corpo menor.

O uso das imagens na capa é caracterizado por imagens fotográficas em *close*. Na figura 21(a) a imagem ocupa toda a área da capa e predominam o uso das cores preto e amarelo de forma a se relacionar com as chamadas. Na figura 24(b)

a imagem encontra-se limitada a uma área retangular sobre um *box* preto que cobre toda a superfície da página. A capa caracteriza-se pelos tons de cinza da imagem e pelas cores preto e vermelha dos *boxes*.



Figura 24
Capas da revista
Pesquisa Fapesp (a) n°
164 e (b) n° 165.

Grid

Observa-se que a maior parte dos textos do miolo estão diagramados em três colunas de 5,5 cm cada, porém em algumas seções o texto se encontra disposto em apenas duas colunas. Seções com textos curtos dispõem o mesmo em quatro colunas. As linhas vermelhas que configuram os limites do *grid*, conforme figura 25, configuram as margens interna, externa e inferior em 1,5 cm e a margem externa 2 cm, formando uma mancha gráfica que ocupa grande parte da área da página (figura 26). Os títulos de início de matéria não seguem um padrão, nem tipográfico nem de posicionamento. Já os textos apresentam um padrão tipográfico com uma família com serifa. As seções são marcadas por um símbolo e o nome da seção, e de acordo com a mesma, podemos notar que o tamanho deste marcador é alterado.

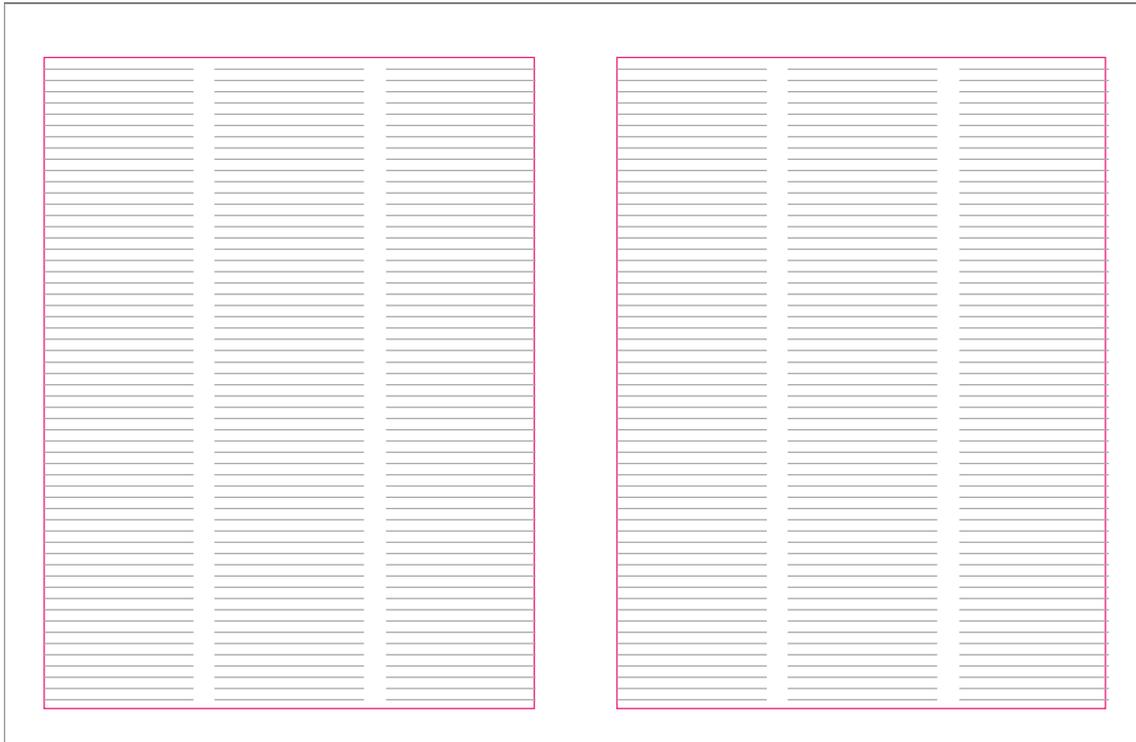


Figura 25 - Imagem esquemática do grid. Formato 40,5 x 27,3 (aberta), acabamento Lombada quadrada.



Figura 26 - Página 58-59 revista Pesquisa Fapesp.

Imagens

Percebe-se que algumas imagens são diagramadas de acordo com o *grid* e outras não seguem o padrão, como se pode observar na figura 27. A maior parte das imagens é fotográfica, geralmente paisagens, animais e algumas poucas ilustrações com caráter mais decorativo. Não se constatou o uso de infográfico nas edições analisadas.

Figura 27
Página 58-59 revista
Pesquisa Fapesp.



B. Darcy

Estrutura editorial

Darcy é uma revista de jornalismo científico e cultural produzida pela Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília. Sua periodicidade é bimestral. Tem tiragem de vinte mil exemplares e distribuição gratuita. Também se encontra disponível para *download* no portal da UnB (figura 28) em formato PDF. A estrutura editorial gira em torno do dossiê que funciona como se fosse um tema para a edição e a partir do assunto proposto há uma série de editorias como perfil, história, artigo, pesquisa. Além das editorias do dossiê também possui outras não temáticas como as de educação, reportagem, literatura, ensaio fotográfico e as seções fixas como diálogos e arqueologia de uma ideia. Os exemplares analisados são os de n°1 do bimestre julho/agosto de 2009 e o de n°2 de setembro de outubro do mesmo ano. É possível identificar espaços reservados para publicidade que nesta primeira edição foram preenchidos com propagandas do portal da UnB como se pode notar na 2ª, 3ª e 4ª capas.

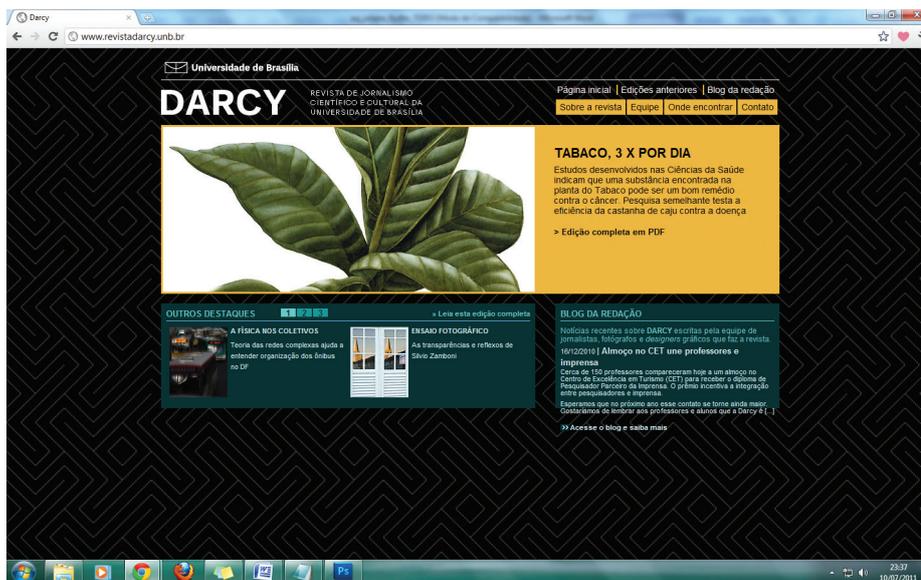


Figura 28
 Site da revista Darcy
 – acessado <http://www.revistadarcy.unb.br/>

Capa

O logotipo encontra-se centralizado na página em sua extremidade superior ocupando quase toda a largura da mesma. Ele se apresenta em tipografia sem serifa e sua cor varia de uma edição para outra, conforme se pode observar na figura 29. Logo abaixo nota-se a descrição da revista, “revista de jornalismo científico e cultural da Universidade de Brasília” o n° da edição, a data e o logotipo da UnB.

Pode-se observar também que em ambas as capas uma imagem ocupa toda a extensão da página. A chamada principal se adapta a uma área vazia da imagem e encontra-se disposta em um título e uma descrição, ambos alinhados a esquerda. O título em corpo maior do que a descrição está em caixa alta e os dois apresentam a mesma tipografia que o logotipo. Observando as duas capas, nota-se que a cor das chamadas segue a cor do logotipo.

Percebe-se também o uso de duas chamadas secundárias que estão localizadas dentro de um *box* disposto de um lado a outro da extremidade inferior da capa. O título aparece em caixa-alta, e o nome da seção e a descrição em caixa-alta e baixa na mesma tipografia.



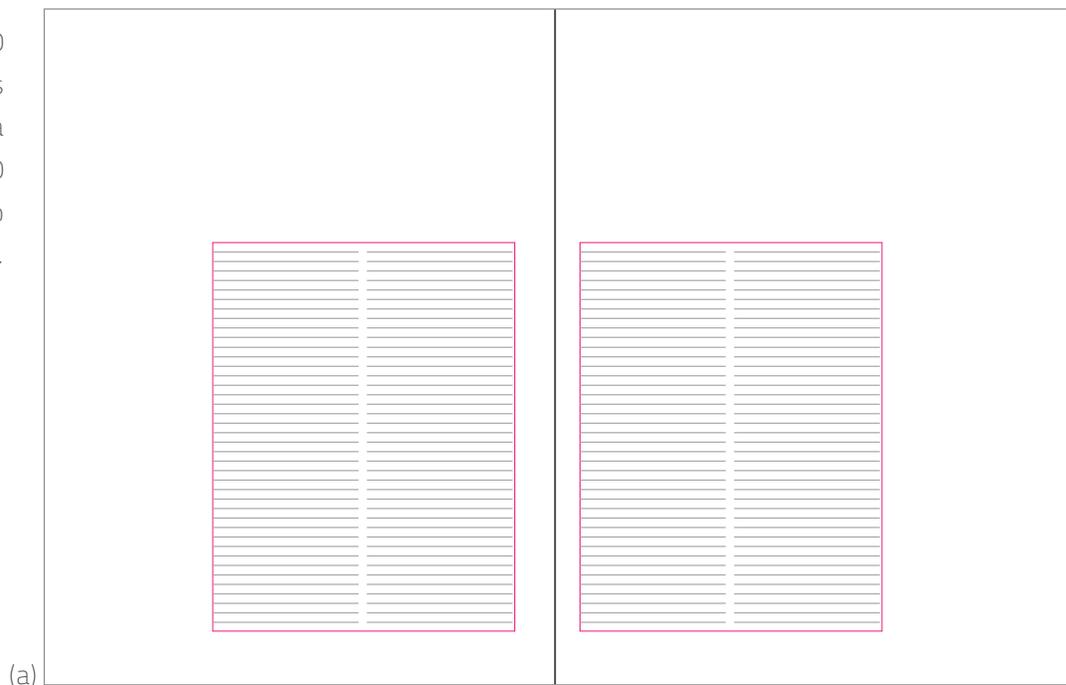
Figura 29 - Capas da revista Darcy (a) n° 1 e (b) n° 2.

Grid

Nota-se o uso de dois grids, ver esquema nas figuras 30(a) e 30(b), com 3 colunas para seções com muito texto (figura 31) e outro com 2 colunas mais largas e uma mancha gráfica mais reduzida dando espaço para ilustração ou fotografias (figura 32). Observa-se também uma variação na disposição dos textos e títulos dentro do *grid* que confere um caráter mais dinâmico a revista.

Há um padrão na tipografia dos títulos que parece ser a mesma usada na capa, embora suas cores mudem e em alguns casos acompanhem as cores das imagens. Cada seção é iniciada com ícone e o nome da mesma, que se diferem pelo formato e cor. Cada matéria é iniciada por um versalete na mesma tipografia que o texto.

Figura 30
Imagens esquemáticas
dos grids da revista
Darcy. Formato 45 x 30
(aberta) e acabamento
a grampo canoa.



servir lanche aos estudantes. Essas refeições hoje são cantinas comerciais ou foram transformadas em salas de aula ou laboratórios. A Secretaria de Educação reconhece que, para se adequar à nova lei, precisa fazer reparos em todas as escolas de ensino médio de Educação de Jovens e Adultos. "Temos de construir espaços, adaptar rotinas e contratar pessoal", afirma Kelen Cristiane Pedrollo, gerente de Alimentação Escolar do DF.

O Centro de Ensino Médio 2 do Gama é uma das escolas onde a situação é mais crítica. Não há estrutura para preparar e armazenar os alimentos, tampouco local adequado para os alunos comerem. A cozinha está ocupada por uma cantina escolar, que vende salgadinhos, refrigerantes e biscoitos aos que podem pagar por isso.

Lucivaldo Alves Rocha, coordenador pedagógico do CEM 2 do Gama, não tem dúvidas sobre o quanto a oferta de refeições mudará a rotina dos 1,2 mil alunos. "Os estudantes que comiam em três quarteirões só para preparar o ônibus e ir para o colégio. Muitos nem se alimentavam antes disso", garante o professor. Ele espera que até janeiro a escola esteja em condições de oferecer o lanche, mas as reformas ainda nem começaram.

Nem em outros estados a adaptação está mais avançada, ainda há muito por fazer. O Centro de Ensino Médio 7 de Maranduba, do outro lado do DF, já recebeu copos, panelas, colheres, pratos, geladeira, fogão e forno. Mas faltam chegar o gás de cozinha, o frezer e as merendeiras.

Os alunos aguardam com ansiedade. Jairo Ribeiro, 17, Larissa Gomes, 17, Fernando Freitas, 17, Wanderley Sousa, 16 e Maria Raquel Trindade, 17, enfrentam a difícil missão de aprender com fome. Não é sempre que todos têm dinheiro para comprar algo na cantina ou podem trazer lanche de casa. "É gente aí com mais chances que outros colegas, que não têm dinheiro para lanchear nunca", em falta Larissa.

VARIEDADE NO CARDÁPIO
No DF, a gestão dos recursos para alimentação escolar está centralizada na Secretaria de Educação. Ela é responsável por adquirir todos os alimentos e distribuí-los às escolas. Para melhorar o programa, é preciso contratar mais merendeiras e diversificar os cardápios. Atualmente, a rede trabalha com um menu diário para cerca de 250 alunos. "Estamos sempre lutando para não deixar os cardápios monótonos. Conseguimos variar um pouco as preparações, não só gêneros alimentícios", lamenta Kelen, gerente de Alimentação Escolar.

O sucesso do programa, em qualquer região do Brasil, depende especialmente da cidadania. A comunidade deve participar dos conselhos municipais, que são responsáveis por fiscalizar o funcionamento dos projetos. "Os cidadãos precisam reconhecer o direito para que o controle social seja efetivo. A sociedade só se transforma quando o indivíduo tem consciência", destaca Alzabete Maria Lima Peixinho, coordenadora do PNAE.

No município goiano de Jussara, os 19 mil moradores dão exemplo quando o assunto é a alimentação das crianças. O compromisso de gestores, diretores de escolas, coordenadores e pais com a merenda dos 14 mil estudantes resultou em uma alimentação de qualidade que, de quebra, desenvolve a economia local. O cardápio das escolas agriga no cotidiano os produtos das fazendas locais. Pequena realidade entre 2005 e 2008, crítica,

com farinha de bico, canjica, quibebe (mandioca cozida com frango e café), galinhada são bastante consumidos pelos estudantes. Outros alimentos goianos fogem regionais na preparação, como o Arroz Goiás Adentro, que utiliza arroz, peito de frango e abóbora, já o arroz carreteiro é servido com batata doce e consoada. "Nos favorece o desenvolvimento da economia local, porque compramos produtos das agriculturas locais", destaca Kátiele da Cruz Guimarães, nutricionista responsável pelo projeto, que ganhou três vezes o Prêmio Estadual de Merenda Escolar.

Os sabores nordestinos marcam presença nos pratos das crianças das escolas de Patos, na Paraíba. O cardápio dos quase 12 mil alunos inclui mungunzá, arroz de leite com soja, rubacão, cuscuta com ovos, carne guisada com arroz e laranja, verém (comida feita a base de milho), quarenta (doce preparado com flocos de milho) e juremim com leite (para os alunos da área rural) eada entre os pratos preferidos das crianças. "Além de preservar nossa cultura, incluímos alimentos nutritivos nos cardápios", justifica Roseliê Neves de Lucena, Responsável Técnica pelo programa, e ela visita todas as escolas da rede municipal pelo menos uma vez por semana.

Inspiração nesse exemplo, a pesquisadora Daniela Gomes de Carvalho defende a necessidade de valorização de alimentos produzidos no DF durante a elaboração dos cardápios das escolas da capital. Marungun, quibebe e abóbora, por exemplo, deviam ser incluídos na dieta, pois contribuiriam para estimular a produção local. "Nenhuma cooperativa, associação, pequena indústria ou agrupamento familiar participou das licitações realizadas entre 2005 e 2008", critica,

HORA DO RECREIO...



1) merenda do Pato tem arroz, feijão, arroz cozido com mandioca, milho e carne moída; 2) arroz de leite e consoada com batata doce e milho; 3) arroz de leite com consoada e milho; 4) arroz de leite com consoada e milho.

GOURMETS BRASILEIROS

Cada um dos 5.564 municípios brasileiros tem liberdade para definir o cardápio de suas escolas. Confira alguns pratos que apresentam hábitos alimentares e produtos regionais.

PARÁ
Arroz com farinha de tapioca
A farinha regional misturada com a goma da tapioca é usada na merenda de 34 mil alunos da rede pública de Castanhal, no Pará. Cuscuzinho, biscoito, granola e azeitona são aproveitados para fazer sucos naturais. O mariva-lhal - arroz com cheese - também é uma das refeições oferecidas aos alunos.

PARAÍBA
Rubacão
O prato feito com carne de sol, queijo coalho, feijão de corda e manjericão de garrafa é uma das delícias oferecidas aos alunos de Patos, na Paraíba. Do cardápio local, também constam mungunzá, arroz de leite com soja, cuscuta com ovos e juremim com leite.

GOIÁS
Arroz Goiás Adentro
A quarta edição das merendeiras de Jussara, em Goiás, é feita à base de frango e abóbora. A cidade tem 14 mil alunos na rede pública e já ganhou três vezes o Prêmio Estadual de Merenda Escolar. As escolas de Jussara servem ainda vitamina enriquecida com farinha de bico, canjica, quibebe e galinhada.

SÃO PAULO
Macaromada de mexilhões
Em Caraguatatuba, cidade litorânea do estado de São Paulo, peixe e frutos do mar estão em alta na merenda. Moquecas, bolinhos e macaromadas estão entre os pratos que são preparados com eles. A área é fértil para a produção abundante e valorizar a cultura local.

SANTA CATARINA
Risoto destras
As crianças da rede municipal de Florianópolis, Santa Catarina, já aprovaram a novidade que está em todos os cardápios das escolas locais neste semestre de aulas. Depois de testes de aceitabilidade, a Secretaria de Educação vai adquirir o alimento dos produtores locais.

R\$ 0,22 É o valor médio que o MEC repassa por aluno para a parte com alimentação. Estados e municípios complementam o resto.



Cozinha em escola: educação garante direitos



Educativa de Paraíba: cocô já recebe leite, panela, prato, colher e geladeira, faltam as merendeiras

SABA MAG Luta e debate estatístico sobre o Programa Nacional de Alimentação Escolar: www.sabamag.org.br

Experiências bem sucedidas no país na área da Ação Fome Zero: www.actionfomezero.org.br

Comentários para e respostas: prof@forbesparabir.br

Figura 31
Página 14-15 revista
Darcy nº 1.

O MUNDO NO TEMPO DE...

ERA DE SOPHIA

Nesta edição, a coluna faz um passeio pelas ruas, casas e ideias da velha Atenas, a fascinante capital da Sophia, palavra que em grego significa sabedoria

por Roberto Fraga
Ilustração: André Basso

Platão dizia que Atenas era a sede da Sophia, palavra que em grego significa um tipo especial de sabedoria: a que une teoria e prática. O filósofo tinha razão. Os atenienses que viveram a Grécia Clássica, entre os séculos V e IV a.C., eram homens do pensar e do fazer.

Escreviam, encenavam e assistiam tragédias. Discutiam sobre o valor da educação e mandavam mensagens para a escola. Celebravam o vinho e as espartas antes de beber e de jogar. Cultuavam a democracia e a prática com corvoção.

A cada 12 meses sortevavam um quinto dos 40 mil cidadãos de Atenas para ocupar os principais cargos públicos. O sorteio acontecia no coroado da política de Atenas, a Agora, mistura de praça, mercado e assembleia. Os mandatos eram anuais e negligências permaneciam no mesmo posto. Resultado: se você era juiz num momento, no outro podia ser soldado.

Decisões importantes eram tomadas em grandes assembleias, realizadas mentalmente com a participação de todos os cidadãos. Todos em terreno.

A Grécia sabia e heróica cantada por Homero nos versos da Ilíada e da Odisseia e a mesma Grécia que ensinava mulheres e escravizava estrangeiros.

"A cidadania era um direito dos machos adultos e livres. Só eles eram cidadãos", resume José Carlos Guimarães, professor do Departamento de História da UNB. Coordenador do Núcleo de Estudos Clássicos da universidade, Guimarães pondera que os preconceitos de raça e de gênero da antiguidade grega não pagaram o valor de um dos períodos mais férteis da humanidade.

"De fato, tudo o que é moderno em nossos dias herdamos do grego", diz o escritor elandês Oscar Wilde, autor de *O retrato de Dorian Gray*, romance de 1890 que resgate os valores da cultura helênica. A filósofa paulista Marilena Chauí analisa o que Wilde chama de modernidade herdada e explica:

— Devemos aos gregos a razão ocidental.

A dúvida com a Grécia começa na língua. Está lá a raiz de mais de três das palavras e conceitos que aprendemos desde a escola. Vale para ética, oligarquia, pátria, democracia, nostalgia, sofisma.

Mas nem só de filósofos viviam os contentêneos de Sócrates, Heráclito e Aristóteles. Eles também inventaram todo um cotidiano de práticas e prazeres. Criaram padrões, teatros, temas e os jogos olímpicos.

As primeiras Olimpíadas datam do século VIII a.C. e obedeceram ao mesmo formato durante quatrocentos anos. Sempre no verão, sempre em homenagem a Zeus, sempre em Atenas, jamais em tempo de guerra — os gregos suspendiam os conflitos bélicos durante os jogos.

As competições duravam cinco dias, as principais provas eram as de atletismo e os atletas competiam nus. Queriam piscina podia assistir — menos as mulheres casadas. As desobediências pagavam com a vida. Em três partidas do alto de uma rocha. Há relatos de penitência para uma única rebelde: Calpátia, a esposa que imedeu a arena para abrigar o filho viciado.

Os vencedores ganhavam uma coroa de ramo de oliveira plantado por Hércules, conhecido no mundo todo como Hércules, semi-deus, filho de Zeus com a mortal Alcmene, e assim descrito pelo historiador Paul Cartledge, autor de *Grécia Antiga*, livro publicado pela Edipro.

— Hércules é o herói universal.

Os gregos cultuavam mitos heróicos e desprezavam estrangeiros. Chamavam os forasteiros de bárbaros. Diziam que eles falavam uma língua não compreensível.

O impressionante desse povo protohistórico cuja cultura vivia milênios de história é que enablocam uma Grécia que, de fato, jamais existiu. Existiram várias Grécias. Eram formadas por mais de 40 cidades-estado com economia fortemente agrícola. Cada uma com suas leis e autoridades, muitas penduradas sobre o Mar Mediterrâneo, algumas isoladas em ilhas no Mar Egeu, outras espremidas pelas montanhas da região.

Em tamanho, a Grécia da Antiguidade era bem parecida com a de hoje. A da península balcânica até o litoral oeste da atual Turquia, cenário de lugares famosos como Éfeso e Mileto.

O clima era quente e seco no verão e frio e úmido no inverno. Aristóteles, discípulo de Platão e mestre de Alexandre, e Grandé, sugere em um de seus textos mais enfiados. O meteorológico, que a seca e a grande quantidade de grupos políticos e militares na região era determinada pelas mudanças do clima.

A comida também. A mesa tinha perfume de azeite e sabor de peixe. Isso porque, mais do que saguadores de Sophia, heráclito de Zeus e devoto de Apolo, os gregos eram homens da água, como mostra Platão em um dos trechos dos diálogos de Fedon:

— Gregos são como sapos em volta de um lago. ■

Figura 32
Página 54-55 revista
Darcy nº 2.

Imagens

Utiliza-se na revista de forma expressiva, fotografias, ilustrações e infográficos. A maioria das fotos segue o *grid* (figura 33) e são amplamente exploradas em quase todas as páginas da publicação. As ilustrações são mais flexíveis (figura 34) ao serem dispostas além dos limites do *grid* e junto com os infográficos, dinamizam e esclarecem informações contidas no texto.



Figura 33
Página 46-47 revista
Darcy nº 1.



Figura 34
Página 6-7 revista
Darcy nº 1.

C. Farol

Estrutura editorial

A revista *Farol* é uma publicação do Programa de Pós-Graduação do Centro de Artes da Ufes, que tem como objetivo expor os esforços de seus professores, servidores e estudantes no caminho de consolidar e divulgar a produção de suas pesquisas em artes, arquitetura, design e comunicação. Firma-se como um instrumento de debate acadêmico e científico que pretende ser espaço aberto de interação dos diferentes campos do saber e da produção científica e artística capixaba.

A *Farol* é publicada apenas no formato impresso e no *website* do Car-Ufes (figura 35) aparece, apenas, uma chamada de divulgação da revista. Tem periodicidade anual e sua estrutura editorial concentra-se em torno dos artigos. As edições analisadas são as de n° 2 e n° 8.

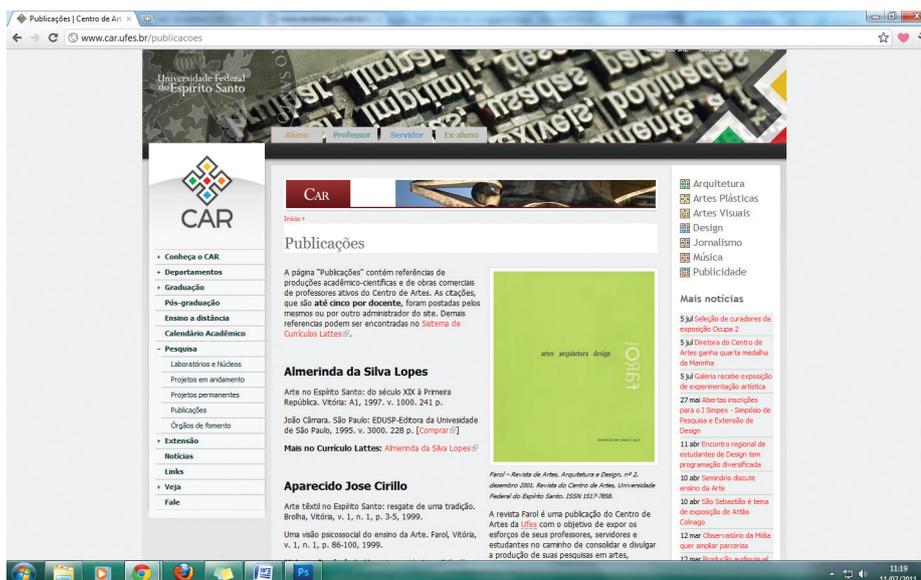


Figura 35
Website do
Car-Ufes com
apresentação da
Farol.

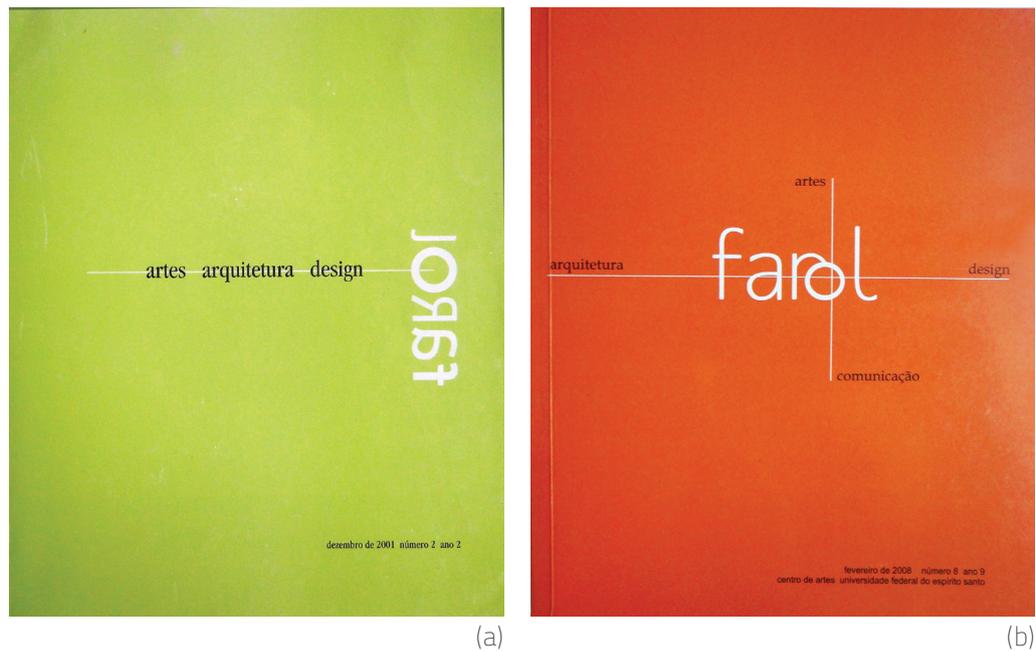
Capa

O logotipo encontra-se centralizado na capa, diagramado em torno dos assuntos abordados na revista e na maioria das vezes, é apresentado vazado. As capas possuem apenas uma cor como no caso das capas n° 2 em verde e n° 8 em laranja, figura 36.

Não foi possível identificar um *grid* específico para as capas que aparentemente apresentam uma diagramação livre. Nota-se, no entanto, uma linha no centro em que a assinatura passa por ela obrigatoriamente fazer uma interferência na letra "o". Parece que a ideia é poder ter o logo em diversas posições, mas respeitando que a letra "o" esteja sempre na tal linha. Além disso o logotipo sempre vazado e a utilização de uma cor para cada capa cria uma identidade na publicação.

Como informação secundária, as capas apresentam o período em que foram publicadas, número e ano da edição. Como a acabamento é em lombada quadrada, também apresentam essas informações na lombada.

Figura 36
Capas da revista Farol
(a) n°2 e (b) n°8.



Grid

Nota-se o uso de apenas um *grid* no miolo da revista e conforme esquema da figura 37 pode-se observar o uso de duas colunas ao longo de toda a revista e uma mancha gráfica que ocupa quase toda a área da página

Observa-se uma diagramação bastante rígida seguindo o mesmo padrão na maioria das páginas do periódico. Os títulos dos artigos e os nomes dos autores sempre aparecem sempre na mesma família tipográfica e ocupando apenas a coluna da esquerda (figura 38).

Para auxiliar a navegação, sempre há, nas bordas superiores a repetição do nome ou uma abreviação do título do artigo.

Figura 37
Imagens esquemáticas
dos grids da revista
Darcy. Formato 43 x 25
(aberta) e acabamento
lombada quadrada.

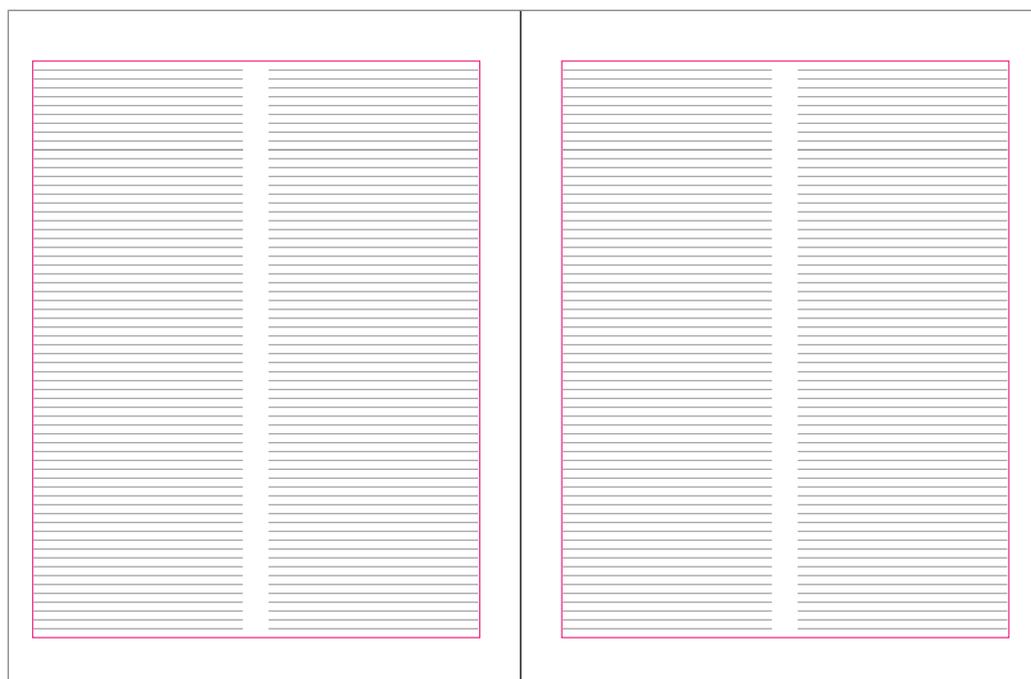




Figura 38
Página 54-55 da revista
Farol nº8.

Imagens

A *Farol* apresenta poucas imagens e na maioria dos casos são fotografias ou esquemas que servem pra ilustrar algo referenciado no texto. O miolo é todo impresso apenas na cor preto e as imagens sempre são em tons de cinza. Não foi identificado o uso exclusivo de um *grid* para essas imagens, tampouco, regras claras para o uso dessas imagens. Às vezes elas seguem a largura da própria coluna e às vezes ultrapassam essa largura, conforme nota-se na figura 39.

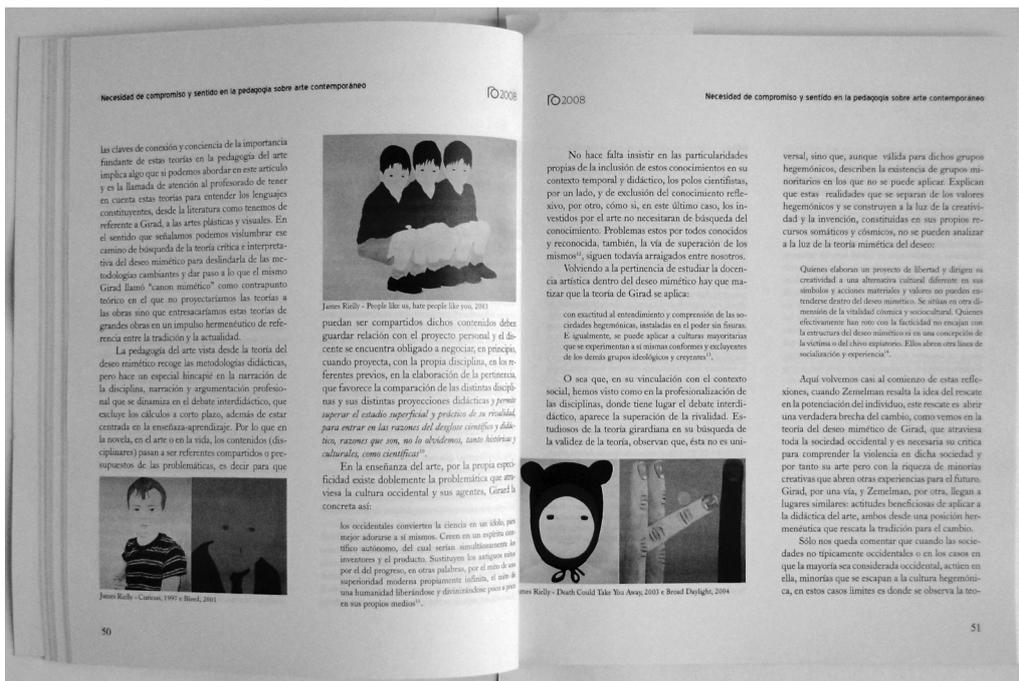


Figura 39
Página 50-51 da revista
Farol nº8.

3.3.3. Conclusões da análise

A partir das análises realizadas e da consulta a outros periódicos, foi possível levantar uma série de semelhanças e discrepâncias entre as publicações. Para este trabalho torna-se importante destacar as principais características gráficas e projetuais das revistas que tenham uma linha editorial e ou um público alvo parecido com a que estamos propondo desenvolver.

Dentre as revistas eletrônicas, nota-se que aquelas projetadas para a *web* possuem um sumário que pode ser lido no próprio navegador e a partir dele o usuário pode navegar pelas editorias da revista fazendo *download*, na maioria dos casos, das seções que deseja ler. No caso da revista *Transverso*, parece que esta foi projetada para atender ambas as mídias, impresso e web, já que o arquivo disponível na web é montado de maneira semelhante a uma revista impressa. Quanto aos aspectos relativos ao projeto gráfico, as revistas *Arcos Design* e *Design em Foco* possuem padrões gráficos comuns ao meio acadêmico e científico, quanto à utilização da mancha gráfica com muitos espaços em branco, padrões para títulos e subtítulos e um padrão rígido quanto à diagramação, seguindo um *grid* bem definido. Neste ponto a revista *Transverso* diferencia-se novamente, pois utiliza um *grid* que permite uma diagramação mais dinâmica, utiliza mais de uma família tipográfica e muitos recursos nos cortes e edição das fotografias. Em relação às revistas impressas, que nos interessam em particular nesse projeto, podemos concluir segundo os critérios analisados que:

Estrutura editorial

Todas as três revistas analisadas apresentam um *website* na internet, ou como no caso da *Farol*, apresenta no mínimo uma divulgação da revista, de maneira a possibilitar ao leitor um maior aprofundamento em determinados assuntos ou até mesmo disponibilizando o conteúdo total da revista impressa na *web* como no caso da revista *Darcy*. Possuem seções fixas e variantes, editorias fixas e periodicidade bem definida. Aquelas publicadas com um intervalo de tempo menor apresentam um projeto gráfico menos complexo do que aquela com periodicidade bimestral como é o caso da *Darcy*, que a utiliza diferentes *grids* para diferentes matérias e possibilita uma grande flexibilidade na mancha gráfica e no uso dos recursos gráficos. A revista *Farol* só publica artigos e todos tem a mesma hierarquia, o que torna a diagramação bastante rígida mesmo que o projeto gráfico seja bastante simples com apenas um *grid*.

Grid

O uso de pelo menos um *grid* tipográfico foi identificado nas três revistas analisadas. Como a periodicidade influencia diretamente na complexidade ou objetividade do projeto gráfico, o *grid* segue este mesmo raciocínio. Na revista *Darcy*, por exemplo, foi identificado o uso de vários *grids* inclusive a utilização de *grid* horizontal para as imagens.

O posicionamento e a disposição dos elementos gráficos na página, diagra-

mados a partir de um *grid* pré-estabelecido facilita a navegação do leitor pela revista e ajuda a manter uma identidade à publicação como se pode observar nos sumários das edições n° 1 e n° 2 da revista *Darcy* (figura 40), que mantêm um padrão de organização para esta seção.

ÍNDICE		REVISTA DARCY		SEÇÕES	
Ano 1 - Nº 1 - julho/agosto de 2009					
10	REPORTAGEM Escolas sem banheiro, sem luz, sem água	26	TECNOLOGIA Os robôs inteligentes criados na UNB	6	DIALOGOS José Geraldo de Sousa Junior e Isaac Roitman tratam de ciência
16	EDUCAÇÃO Professores têm medo de falar de sexo	59	LITERATURA A prosa e a vida sombria de Edgar Allan Poe	8	ARQUEOLOGIA DE UMA IDEIA Érica Montenegro apresenta máquinas que antecederam o computador
22	SAÚDE Como os pais lidam com o câncer dos filhos	62	ENSAIO FOTOGRAFICO Antropólogos mostram a índia dos sahtus	30	O QUE EU CREI PARA VOCE Kennia Rodrigues mostra que garras PET podem conter enchentes
32 DOSSIÊ DARCY E OS 200 ANOS DE NASCIMENTO DE CHARLES DARWIN		34	PERFIL Um naturalista dividido entre a fé e a ciência	40	EVOLUÇÃO A teoria que explicou a natureza
36		37	FRONTEIRAS DA CIÊNCIA Luiz Gonzaga Motta explica a narrativa da evolução	44	EVOLUÇÃO HUMANA A diferença do homem para os outros animais
38		47	HISTÓRIA Como era o Brasil no tempo de Darwin	53	ILUSTRAÇÃO John Gould, o artista de Darwin
40		48	PERSECUÇÃO O diácono na UNB	58	GUIA DE FONTES Citas para entender a evolução

Figura 40
Página do índice da
revista Darcy (a) n° 1
e (b) n° 2.

DARCY		REVISTA DE JORNALISMO CIENTÍFICO E CULTURAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA	
50	TEATRO Fênixes reconstruídas musicidade da tragédia grega	03	CARTA DOS EDITORES Oxco aproxima campus e escolas
54	O MUNDO NO TEMPO DE... Ana Beatriz Magro mostra que os deuses não vivem só de festa	06	DIALOGOS A universidade analisa o ecossistema em perigo
56	ASTRONOMIA O céu nos ensina a sobreviver. Sabe o que vem pela frente?	08	CARA DARCY Leitores ganham seção de cartas na revista
60	ENSAIO FOTOGRAFICO Publicações mostram a Nova York logo do cartão postal	10	ARQUEOLOGIA DE UMA IDEIA Só no século XX, as casas passaram a ter banheiros
66	DE DISCÍPULO PARA MESTRE Arquiteto relembra os momentos em que Lucio Costa chorou	12	EDUCAÇÃO Alunos do ensino médio agora também têm direito à merenda
5		16	BIOLOGIA A genética tenta desvendar ativação dos genes
6		20	FRONTEIRAS DA CIÊNCIA Luiz Gonzaga Motta discute desafios éticos da biotecnologia
7		22	O QUE EU CREI PARA VOCE Designer inventa brinquedo que estimula crianças
8		24	PANORAMA A universidade analisa o ecossistema em perigo
9		26	CONSERVAÇÃO Parques não são suficientes para garantir biodiversidade
10		30	FAUNA Dois espécimes de mamíferos vão sumir nos próximos 50 anos
11		34	FLORA Projetos mostram que vegetação pode ser alternativa de renda
12		38	GENTE Questionários: um porco ameaçado de extinção
13		44	ARTES Manoel Cíladio exalta as belezas do cerrado
14		45	ARTES Vale das Latas ensina sobre respeito ao meio ambiente
15		48	PERFIL Professora Jeanine Felli e lembraza pelos colegas

(a)

(b)

Capa

Assim como no sumário a capa é outro elemento da revista que mantém uma forte padronização que contribui para a identidade e o estilo da publicação. É possível colocar alguns exemplares da mesma publicação um ao lado do outro, omitir o logotipo e identificar as edições como sendo da mesma publicação

apenas pela disposição e organização dos elementos na capa, possibilitados pela utilização de um *grid*, específico para a capa. No entanto, essa identidade gráfica na revista *Farol* dá-se pela padronização e uso sistemático de elementos gráficos em todas as capas (uso de uma cor chapada, por exemplo) e não pelo uso necessariamente de um *grid*.

Imagens

A depender do público alvo e da linha editorial, as revistas apresentam um maior número de fotografias em relação ao próprio texto ou, em revistas científicas e de cunho cultural, como no caso da *Darcy*, o periódico apresenta um expressivo número de infográficos e fotos mais artísticas, geralmente reunidas num ensaio fotográfico. O uso de ilustração foi identificado apenas na revista *Darcy*. Na *Farol* nota-se o uso de imagens (croquis, esquemas) referenciados no texto para exemplificar ou ilustrar algumas situações.

Após a análise das três revistas é interessante fazer um paralelo entre as características das publicações mencionadas e os fatores que caracterizam o que é uma revista segundo Marília Scalzo (2004). A autora diz que os três aspectos que caracterizam uma publicação como revista, é a especialização, a periodicidade e o formato. Quanto à especialização, todas as três publicações analisadas apresentam uma linguagem gráfica e textual direcionadas a um público bastante específico. A periodicidade é sempre destacada na capa, veiculada como informação complementar e como dito anteriormente, influencia diretamente no projeto gráfico, pois está ligada ao tempo de produção e desenvolvimento do periódico. Quanto ao formato, as revistas apresentam formatos padronizados ao longo das edições. Além das dimensões (altura e largura) do impresso é interessante classificar como formato a quantidade de páginas, que influencia na lombada da revista. Às vezes pode ser quadrada, no caso das revistas com muitas páginas como *Farol* e a *Pesquisa Fapesp* ou lombada grampo canoa, como é o caso da *Darcy* que apresenta menor número de páginas porém com dimensões maiores que as outras duas publicações.

Ao finalizar o projeto de pesquisa e entregar os relatórios finais à Fapes, foi possível para os integrantes do Nigráfica terem uma visão mais abrangente sobre todo o material desenvolvido ao longo do projeto. Desta forma tornou-se possível pensar com maior propriedade sobre que material teria maior relevância e deveria ser selecionado para ser publicado e a partir de então, se pensar na construção em definitivo da revista.

DESEN
VOLVIME
NTO DO
PROJETO

4.1. PRIMEIRAS HIPÓTESES

De acordo com as reuniões no Núcleo, os objetivos para com a Fapes, as pesquisas de fundamentação teórica e as informações coletadas ao longo desta pesquisa, foram geradas algumas hipóteses relacionadas à estruturação e ao conceito desse periódico. Que “cara” essa revista deveria ter e como poderia ser desenvolvida de modo a ser viável a sua manutenção e publicação?

4.1.1. Hipóteses estruturais

- » Hipótese 1: Planejar a concepção de uma revista que pudesse divulgar os resultados parciais das pesquisas e projetos do Nigráfica. Que se consolidasse como um periódico impresso com cerca de 20 páginas e com periodicidade semestral, a ser desenvolvido e executado no próprio laboratório e com os equipamentos do Núcleo;
- » Hipótese 2: Projetar o desenvolvimento e a implantação de uma revista impressa com periodicidade anual, que pudesse servir de veículo de comunicação e divulgação dos pesquisas do Nigráfica naquele ano. Viabilizar a execução da publicação junto aos órgãos financiadores das pesquisas envolvidas e outras instituições e empresas com interesses no público alvo do periódico;
- » Hipótese 3: Desenvolver uma revista que pudesse atender às exigências de ambas as mídias, ser publicada impressa ou em mídia eletrônica, a depender da disponibilidade de verba e/ou parcerias para a impressão da mesma;
- » Hipótese 4: Projetar um catálogo impresso de maior volume de conteúdo com cerca de 100 páginas, com características e linguagem de revista, no entanto sem periodicidade (volume único). Entregar o projeto (*layout*) para a Fapes e viabilizar sua execução via editais de financiamento e auxílio.

4.1.2. Hipóteses conceituais

- » Hipótese 1: Projetar uma revista, semelhante à *Arcos Design* e *Fa-rol*, com estrutura editorial centrada nos artigos e projeto gráfico mais rígido, que possa servir para publicar os resultados das pesquisas do Nigráfica e também, permita aos alunos do curso inscreverem trabalhos e outras pesquisas;
- » Hipótese 2: Planejar uma revista mais noticiosa com periodicidade menor e projeto gráfico mais parecido com a revista *Pesquisa*

Fapesp. Tal periódico deve servir para publicar, principalmente, os resultados parciais das pesquisas desenvolvidas no Nigráfica;

- » Hipótese 3: Desenvolver uma revista mista, que possa conciliar matérias e artigos. As matérias devem ser pautadas e produzidas pela equipe do Nigráfica com intuito exclusivo de publicar as pesquisas desenvolvidas pelo Núcleo. Devem ter linguagem e visual mais jornalístico, com possibilidade de concepção de páginas mais elaboradas com infográficos e ilustrações, por exemplo. Os artigos da revista devem seguir uma estrutura e linguagem mais formal, já conhecida no meio acadêmico. Dessa forma pode-se tornar possível que outros alunos do curso, não necessariamente da equipe do Nigráfica, possam enviar seus trabalhos para serem publicados na revista.

4.2. Discussão das Hipóteses e PARTIDO ADOTADO

Estabelecidos os possíveis caminhos para o desenvolvimento e implantação da revista, as hipóteses foram discutidas pela equipe do Nigráfica e confrontadas, antes de tudo, com a viabilidade de produção e manutenção desse periódico.

Dentre as hipóteses estruturais, foi decidido pelo grupo que a revista deveria ser impressa e que iríamos buscar por patrocínios e leis de incentivo para a viabilidade de execução da mesma. No entanto, quando não fosse possível a sua impressão, que ela pudesse circular no meio *online* para não comprometer sua periodicidade. A equipe também decidiu que a revista deveria ser anual para publicar os resultados, de preferência, finais das pesquisas desenvolvidas naquele ano. Descartou-se a ideia de uma revista noticiosa com periodicidade semestral, pois demandaria mais tempo de produção, o que poderia prejudicar os resultados das pesquisas. Dessa forma optou-se pelas hipóteses estruturais de número 2 e 3.

Em relação à "cara" dessa revista, dentro das hipóteses conceituais, descartou-se a hipótese 1, pois a revista iria ficar muito formal e com a proposta muito semelhante à revista *Farol* do Car-Ufes, que possibilita alunos e professores a publicarem artigos. A hipótese 2 foi descartada pois os integrantes do Núcleo não conseguiriam atender à demanda de produzir as pesquisas e paralelamente, desenvolver uma revista noticiosa. Decidiu-se por publicar apenas os resultados finais, enquanto que os resultados parciais seriam divulgados apenas no *blog* do Nigráfica. Dessa forma optou-se por uma revista mista (hipótese 3) com matérias e artigos.

Nessa etapa do projeto foi necessária uma pequena pesquisa em algumas gráficas do Estado para se chegar a um formato econômico e que pudesse viabilizar a produção da mesma, iniciando assim, uma busca por patrocínio e apoio para a impressão da revista. Dessa forma, de acordo com as intenções do Nigráfica e viabilidade de produção, a revista deve ter as seguintes especificações técnicas:

- » Mídia: impressa com possibilidade de circular também no meio eletrônico;
- » Capa: 27 x 42 cm (aberta), 4/4 cores Tinta Escala papel *Couchê* 230g;
- » Miolo: 24 páginas, 21 x 27 cm (fechado), 4 x 4 cores Tinta Escala em papel *Off-set* 120g;
- » Acabamento: grampo canoa;
- » Tiragem: 500 exemplares;
- » Público alvo: estudantes e profissionais das áreas de design, jornalismo e publicidade;
- » Periodicidade: anual;
- » Estrutura editorial: artigos e matérias; e
- » Abordagem: resultados finais das pesquisas do Núcleo e conteúdo afins.

4.3. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Assim que foi possível definir os primeiros caminhos para o desenvolvimento da revista, iniciou-se a etapa de planejamento editorial. Como selecionar o conteúdo a ser publicado e como estruturá-lo dentro do formato e quantidade de páginas definidas. Com o plano editorial estipulado e aprovado pela equipe do Nigráfica foi possível começar a desenvolver os primeiros esboços das páginas da revista que iriam constituir o projeto gráfico.

Em paralelo foram realizadas reuniões de *brainstorm* com os integrantes do Nigráfica, para definir o nome da publicação. Algumas possibilidades foram sugeridas como, revista: Oficina, Cidade Alta, Tipo&Grafia, Clichê, Tipografia, dentre outros.

4.3.1. Plano editorial

No capítulo 2 deste projeto, estudou-se que as páginas internas de uma revista estão divididas em três tipos de conteúdo: o auto-referencial, a publicidade e o conteúdo editorial propriamente dito, que neste projeto foi dividido em editorias e seções. As seções podem ser extras e/ou fixas, e devem constituir-se como o conteúdo mais secundário, enquanto que as editorias pretendem ser a unidade temática/textual do conteúdo principal da revista.

Para as editorias, o conteúdo principal, pensou-se em dividi-las entre matérias e artigos. As matérias teriam uma linguagem menos formal que os artigos e uma estrutura mais livre. Também se cogitou a possibilidade de desenvolver uma entrevista. Dessa forma as editorias da edição n° 1 da revista estariam pautadas em torno as pesquisa desenvolvidas pelo Núcleo e deveriam se estruturar da seguinte maneira:

- » Matéria 1 – Principal matéria, que iria constar como destaque na capa da revista. Pauta sugerida: Pesquisa sobre a *Vida Capichaba* e responsável pelo texto: Thiago;
- » Matéria 2 – Texto sobre a pesquisa da Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (RIHGES). Responsável pela produção dos textos e fotografias, Heliana e algum aluno voluntário;
- » Artigo 1 – Pauta: *Letterings* das capas da *Vida Capichaba* (VC) e responsáveis pelos textos e imagens: Juliana e Rayza;
- » Artigo 2 – Pauta: Mudança do formato pequeno para o formato grande (anos 50) da revista VC. Responsável: Rayza;
- » Artigo 3 – Pauta: Comparação entre a VC e RIHGES nos 100 anos de publicação. Responsável: Heliana e um bolsista;
- » Entrevista – Do tipo pingue-pongue⁵. Formato: a partir de um questionamento, formular uma pergunta e fazê-la a várias pessoas para mostrar mais de um ponto de vista a respeito da mesma pergunta. Ao invés de se ter várias respostas de um único entrevistado pretende-se ter várias respostas de várias pessoas sobre um mesmo tema.

As seções devem se constituir como um apoio ao conteúdo principal. Espera-se que estejam disponibilizadas na revista entre as editorias para funcionar como um descanso na leitura já que o conteúdo principal é também, mais extenso. Espera-se, para essas seções, que tenham textos de leitura mais rápida, e não necessariamente ligados aos projetos de pesquisa do Nigráfica. Dessa forma as seções da edição n° 1 da revista estariam pautadas em torno de assunto mais gerais e devem se estruturar da seguinte maneira:

- » Editorial – Deve explicar a proposta da revista. Segundo Rabaça e Barbosa (2001) é um tipo de texto jornalístico com caráter opinativo, escrito de maneira impessoal e publicado sem assinatura.

Define e expressa o ponto de vista do veículo ou da empresa responsável pela publicação. Responsável: Heliana;

- » Através dos prelos – Nome sugerido para uma seção (extra) de dicas e indicações de materiais relacionados aos temas das pesquisas do Nigráfica. Uma espécie de *release* e/ou novidades como de trabalhos que podem ser tomados como referência como, Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), Artigos, Livros, Sites, Eventos, dentre outros. Responsável: Letícia;
- » Nigráfica – Se constituir como uma seção fixa, um espaço para explicar o que é o Núcleo; quais os objetivos; como funciona; para divulgar as pesquisas desenvolvidas naquele ano; quem participa e metas futuras para o próximo ano. Responsável: Heliana;
- » Memória Gráfica Brasileira – Pretende ser um espaço para divulgar os trabalhos recentes e rumos da linha de pesquisa, a importância de estudar história e memória num curso de design gráfico. Deve se constituir como uma coluna fixa com assunto geral ligado às pesquisas em design um âmbito nacional e até mesmo internacional. Responsáveis: Letícia;
- » Risos e Guisos – Nome sugerido para uma seção (extra) descontraída, mas inteiramente ligada à temática das pesquisas. Um espaço mais dinâmico onde será possível publicar algum tipo de cruzadinha, charge, anúncio ou fotografia que tenha alguma ligação com as pesquisas daquele ano. Deve funcionar como uma espécie de fechamento da revista. Responsáveis: Juliana e Rayza

Em relação ao conteúdo auto-referencial, a revista deve ter informações básicas que auxiliem o usuário a entender como o periódico está estruturado e como navegar por ele. Assim sendo, para a edição nº 1 da revista esse conteúdo estaria disponível da seguinte maneira:

- » Sumário – Um resumo e/ou lista organizada ou hierarquizada do conteúdo daquela edição da revista;
- » Expediente – Espaço destinado aos créditos e às informações sobre os envolvidos naquela edição. Deve constar os nomes e uma espécie de mini-currículo dos professores e alunos envolvidos, bem como as instituições financiadoras;
- » Navegador – Deve conter paginação, nome da seção ou editoria e nome da revista;

Quanto ao terceiro e último tipo de conteúdo da revista, conteúdo publicitário, estabeleceu-se ter uma página destinada a esse tipo de conteúdo caso a equipe do Nigráfica consiga algum patrocinador para executar a edição nº 1. Este espaço deve servir para que o patrocinador veicule sua marca e ou imagem de acordo com negociação prévia entre o Núcleo e o patrocinador.

4.3.2. Projeto Gráfico

Com a definição de qual conteúdo seria divulgado e como estaria estruturado na edição nº 1, tornou-se possível iniciar os primeiros esboços do projeto gráfico para o miolo da revista.

Dentro do conteúdo principal, as editorias, percebe-se uma diferença de linguagem entre os artigos e as matérias. Enquanto os artigos devem ser mais sérios e ter uma estrutura mais formal as matérias podem ser mais livres. A partir desta constatação compreende-se a necessidade de estabelecer dois *grids* diferentes para esses dois tipos de editorias, de tal maneira que possibilite a diagramação e/ou composição diferenciada da página entre esses conteúdos. As possibilidades de *grids* foram desenvolvidas a partir do formato 21 x 27 cm de página fechada.

- » **Grid A** – A figura 41 mostra duas páginas com dois *grids* diferentes. O da esquerda com duas colunas pra ser usado como o *grid* básico da revista e utilizado principalmente para a diagramação das matérias. A página da direita mostra um *grid* com três colunas pra ser usado em seções com notas curtas como a seção através dos prelos e pra ser usado na diagramação dos artigos, principalmente. Ambos os *grids* configuram uma mancha gráfica com

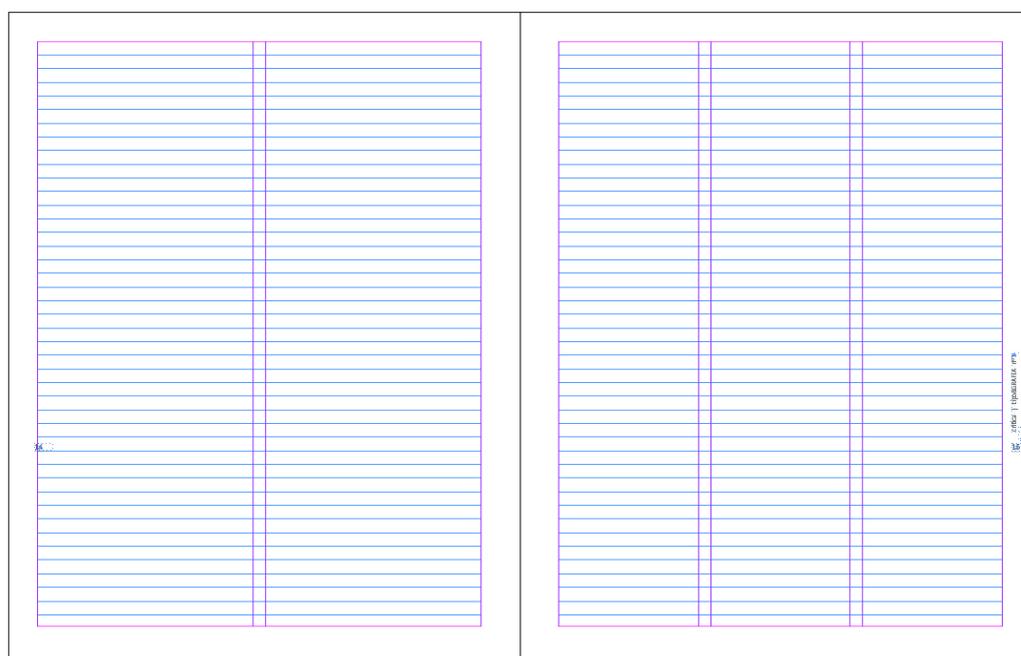


Figura 41
Mancha gráfica
da página com
possibilidade de
grids de duas e três
colunas e navegador
na lateral.

margens de: superior (*top*) 12 mm, inferior (*bottom*) 16 mm, lateral de dentro (*inside*) 14 mm e lateral de fora (*outside*) 12 mm. O espaçamento entre colunas é de 5 mm e as linhas do *grid* horizontal (*baseline*) possuem entrelinha de 16 pt. Nesta opção o navegador estaria disposto na lateral da página, logo acima da parte onde a mão do usuário segura à revista.

- » **Grid B** – A figura 42 mostra duas possibilidades de *grids*. O da esquerda com duas colunas pra ser usado como o *grid* básico da revista e utilizado principalmente para a diagramação das matérias. A página da direita mostra um *grid* com três colunas pra ser usado em seções com notas curtas como a seção através dos prelos e pra ser usado na diagramação dos artigos, principalmente. Ambos os *grids* configuram uma mancha gráfica com margens de: superior 12 mm, inferior (*bottom*) 8 mm, lateral de dentro (*inside*) 16 mm e lateral de fora (*outside*) 12mm. O espaçamento entre colunas é de 5 mm e as linhas do *grid* horizontal (*baseline*) possuem entrelinha de 16 pt. Nesta opção o navegador estaria disposto nas extremidades da base inferior da mancha gráfica e na parte superior há uma linha guia de apoio para o uso de legendas e/ou algum comentário.

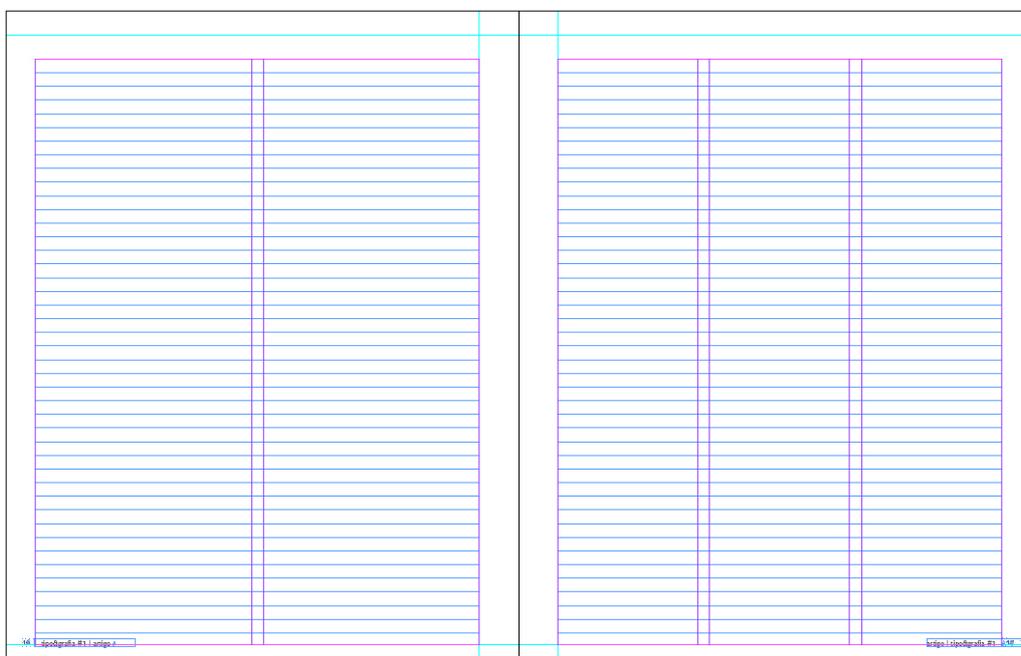


Figura 42
Mancha gráfica da página com possibilidade de grids de duas e três colunas, navegador na horizontal e linha de apoio para legendas.

Com essas possibilidades de *grids* foram testadas várias famílias tipográficas em diferentes tamanhos e estilos. As fontes foram inseridas nos *grids* descritos acima e testadas de modo a formar uma massa de texto de 1, 2 e 3 colunas. As páginas de testes foram impressas e analisadas pela equipe do Nigráfica. Para demonstrar os testes, dividiram-se as famílias tipográficas testadas em dois grupos: a) fontes pagas e; b) fontes gratuitas.

- » **Famílias tipográficas pagas –** Dentre as fontes testadas podemos citar as famílias ITC Officina Sans e Serif, Thesis Sans e Mix e DIN. A figura 43 ilustra parte desses testes.

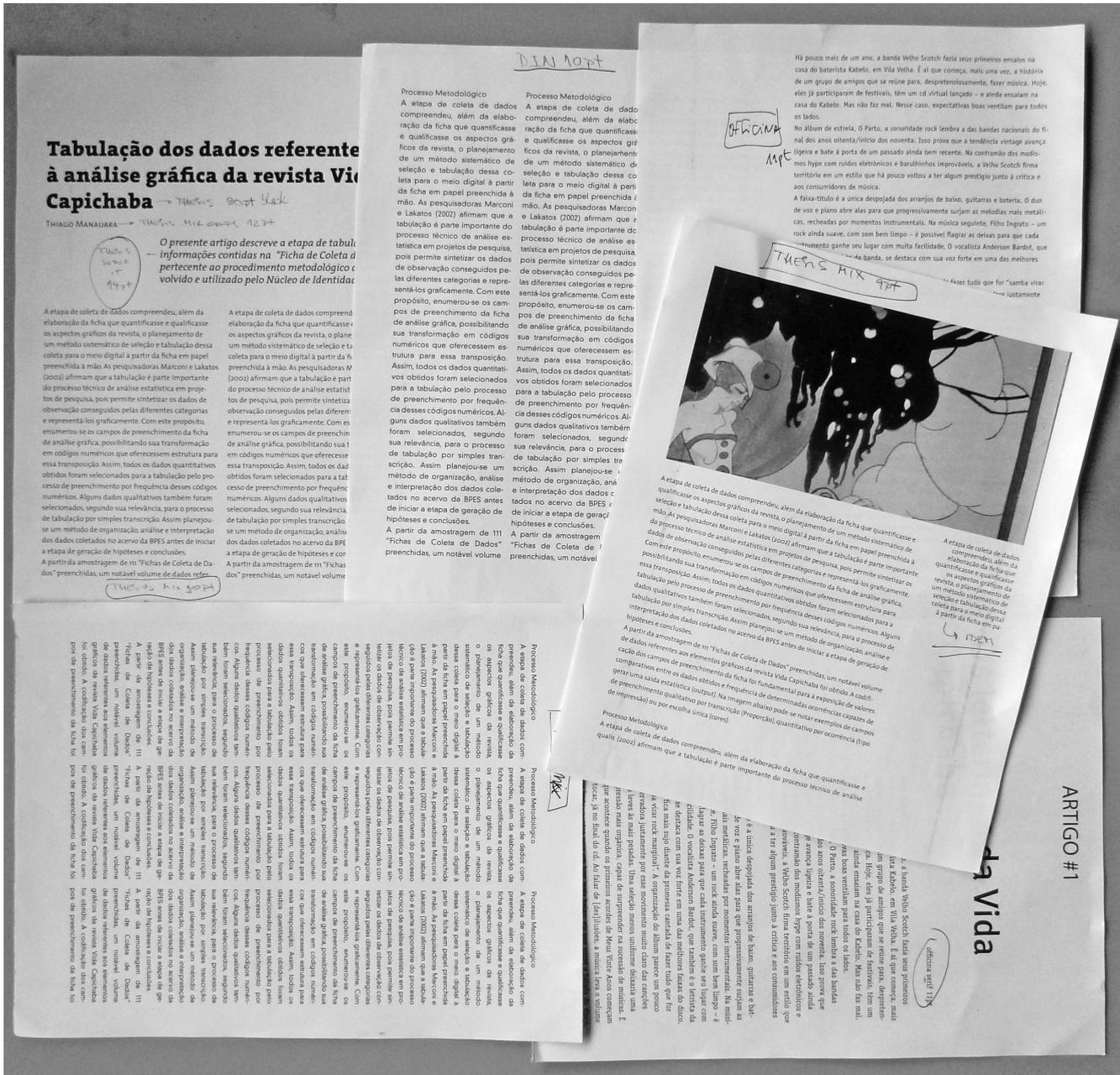


Figura 43
Testes de
impressão com
fontes pagas.

- » **Famílias tipográficas gratuitas –** Além das fontes mais clássicas e comerciais, optou-se também, por testar tipos gratuitos. Dentre elas destacam-se as fontes *Fanwood*, *Sorts Mill Goudy* e *Junction* disponíveis pra *download* no site *theleagueofmoveabletype.com* e, as fontes *Calluna Sans* e *Delicious* disponíveis em *exljbris.com*. Ver figura 44.



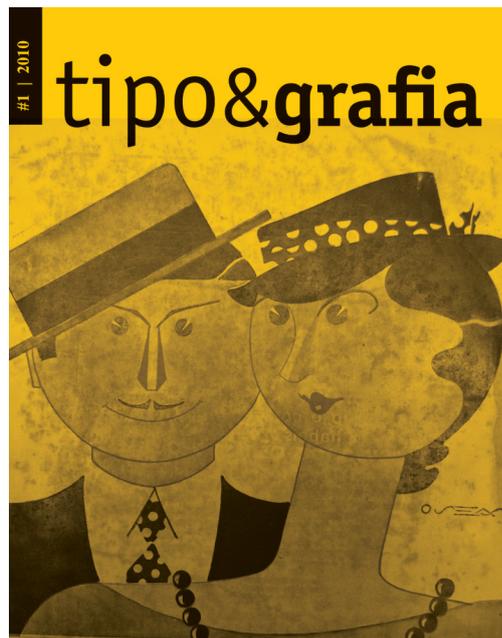
Além do miolo, também foi possível neste momento iniciar os primeiros esboços para a capa da revista. Dentre as possibilidades de nomes sugeridos para a publicação durante a etapa de *brainstorm*, as professoras coordenadoras do Nigráfica optaram pelo nome *tipo&grafia*. Seguem abaixo as possibilidades de composição para a capa, que foram planejadas para o formato 21 x 27 cm em página fechada:

- » **Lettering⁶** – Assim que se definiu o nome da revista foi possível iniciar uma pesquisa por famílias tipográficas que pudessem constituir o logotipo da publicação. Levando em consideração que o próprio nome escolhido, *tipo&grafia*, remete à área de design gráfico mais especificamente ao processo de criação na composição de um texto (tipografia) pensou-se em utilizar este elemento como um atrativo para a capa. Ao invés de projetar e definir um logotipo fixo para a revista, como normalmente acontece com as revistas de banca e/ou como aquelas analisadas no capítulo 3 deste trabalho, pensou-se que a cada edição da *tipo&grafia* seria interessante desenvolver um *lettering* específico para a capa da mesma. De modo a utilizar famílias tipográficas diferentes (de preferência uma por edição), estudar, testar e utilizar diversos tipos ao longo do tempo

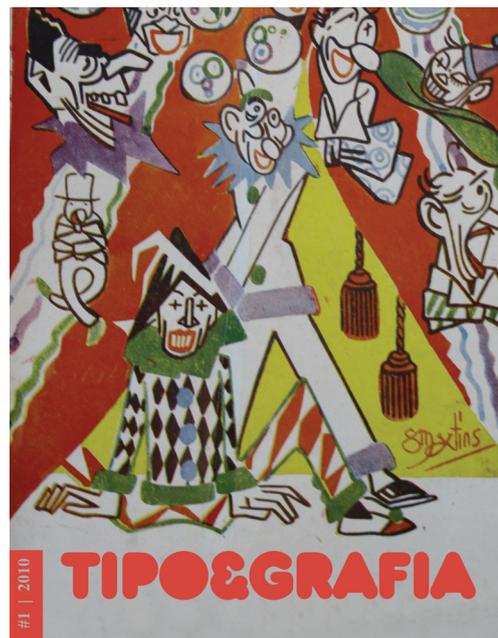
6 Fátima Finizola, pesquisadora em tipografia, define *letterings* como a escrita em que a forma visual, representada pelas letras e o modo pelo qual elas são formatadas e combinadas, tem uma formalidade e uma importância acima da legibilidade (Finizola, 2010, p. 37).

Figura 44
Testes de impressão
com fontes gratuitas.

Figura 45
Opções de capas com
letterings diferentes
e famílias tipográficas
diferentes. (a) "ITC
Officina Sans e (b)
"RNS-B.



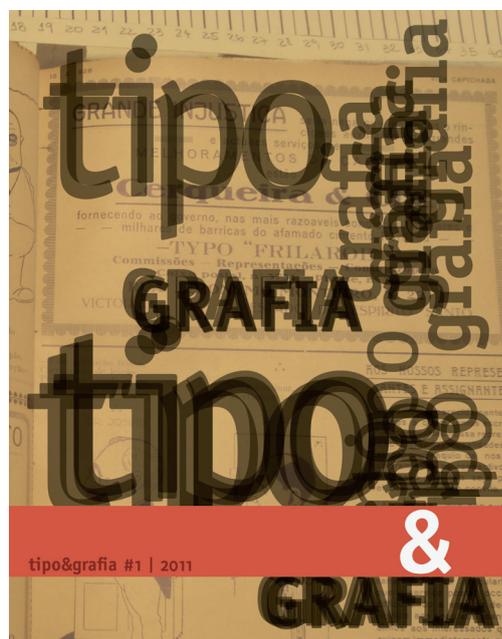
(a)



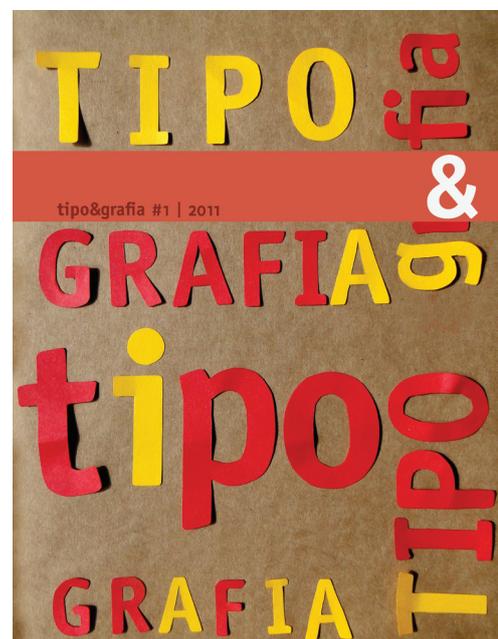
(b)

- » **Cinto** – Estudou-se a possibilidade de desenvolver também, uma capa que pudesse ter uma espécie de cinta (em vermelho, na figura 46). Essa cinta, geralmente, serve para fechar o impresso e deve ser retirada para abrir e folhear a revista. Neste caso a cinta seria impressa em outro tipo de papel, com gramatura superior ao papel da capa, que seria pensada de modo que a cinta e capa pudessem interagir à medida que o usuário movimentava a cinta. Na figura 46 podem-se observar alguns estudos de composição para a capa, que ao movimentar a cinta na vertical (para cima e para baixo) seria possível obter várias leituras diferentes no nome da revista (tipo + grafia).

Figura 46
Opções de capas para
a revista tipo&grafia
com possibilidades
de usar como
acabamento uma
cinta que possa ser
movida na vertical (em
vermelho) e possibilitar
leituras diferentes no
nome da revista
(tipo + grafia).

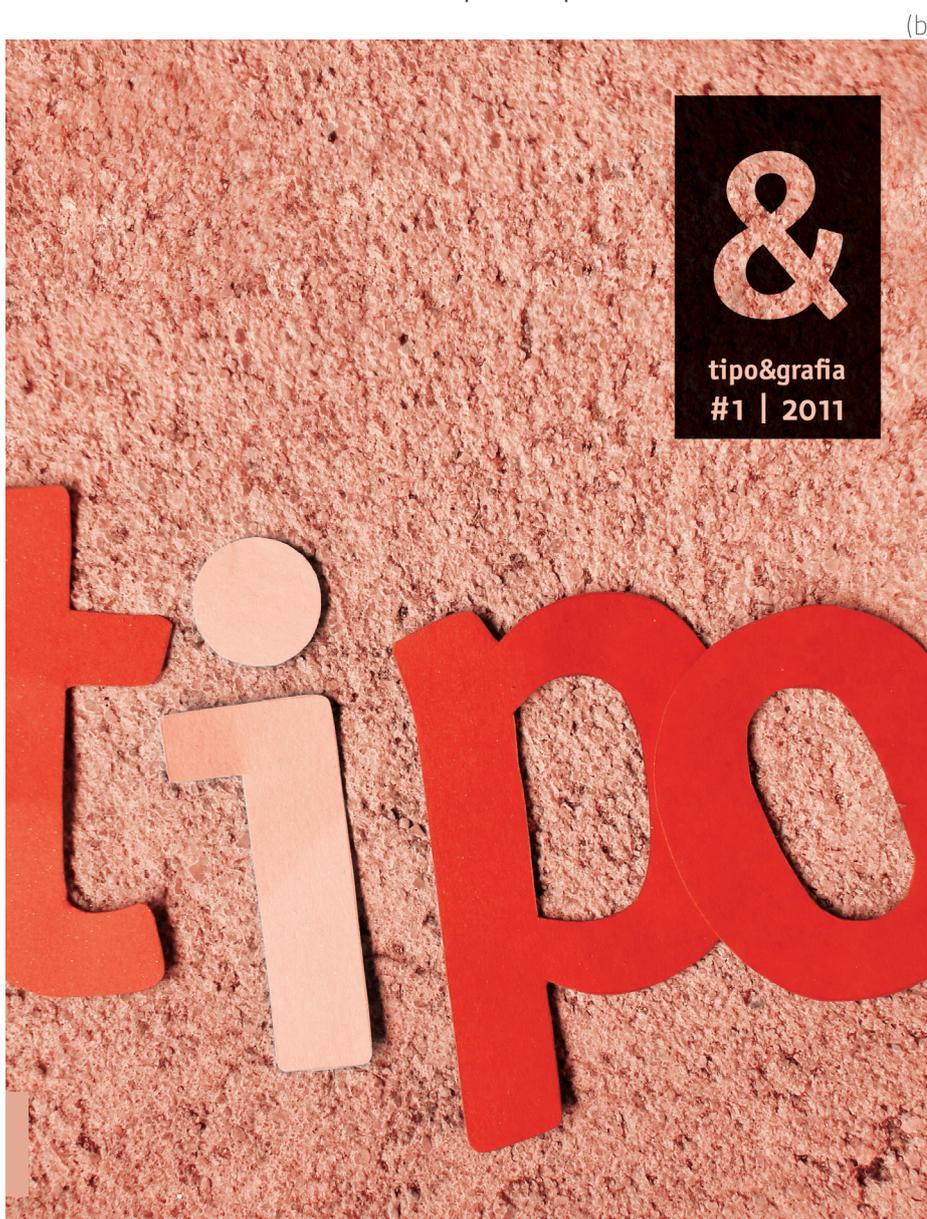


(a)



(b)

- » Símbolo – Outra possibilidade de capa para a revista foi desenvolvida a partir do caractere “&”. O sinal “&”, denominado *ampersand* (um anglicismo) ou sinal tironiano, é um caractere ou símbolo usado para substituir a conjunção aditiva “e”. A conjunção latina *et* é a mãe da conjunção aditiva “e” utilizada na língua portuguesa, o que explica o uso de diferentes formas gráficas (desenho) para esse mesmo símbolo, a depender do desenho e estilo da família tipográfica. A partir desse estudo, pensou-se em utilizar o sinal aditivo do nome da publicação como símbolo da revista, que pudesse ser reconhecido de longe quando empregado vazado dentro de um Box preto, conforme figura 47. Cogitou-se também, a possibilidade desse símbolo poder assumir desenhos diferentes de acordo com a família tipográfica escolhida seguindo a lógica de a cada edição ser necessário um novo estudo tipográfico para desenvolver essa marca visual do nome e compor a capa.



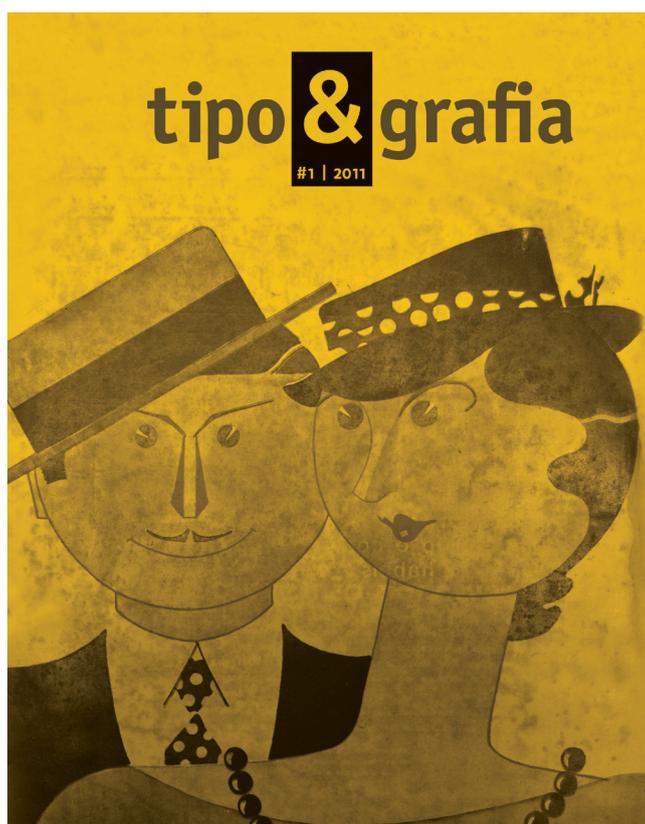
(b)



(a)

Figura 47
Opções de capas com uso do símbolo como destaque. (a) desenho do símbolo aditivo da família tipografia “Acid” e (b) outro desenho do mesmo símbolo na versão da família tipográfica “ITC Officina Sans”

- » **Lettering mais símbolo** – A quarta opção para as capas (figura 48) da *tipo&grafia* seria uma junção da ideia do *lettering* com a ideia do símbolo. A proposta é que a cada edição seja feito um estudo de tipografia e que seja utilizada uma família tipográfica diferente para compor esse lettering dando destaque sempre ao símbolo. Dessa forma o símbolo passa a ser um elemento gráfico que ajudaria a manter a identificação entre as capas de edições diferentes.



(a)



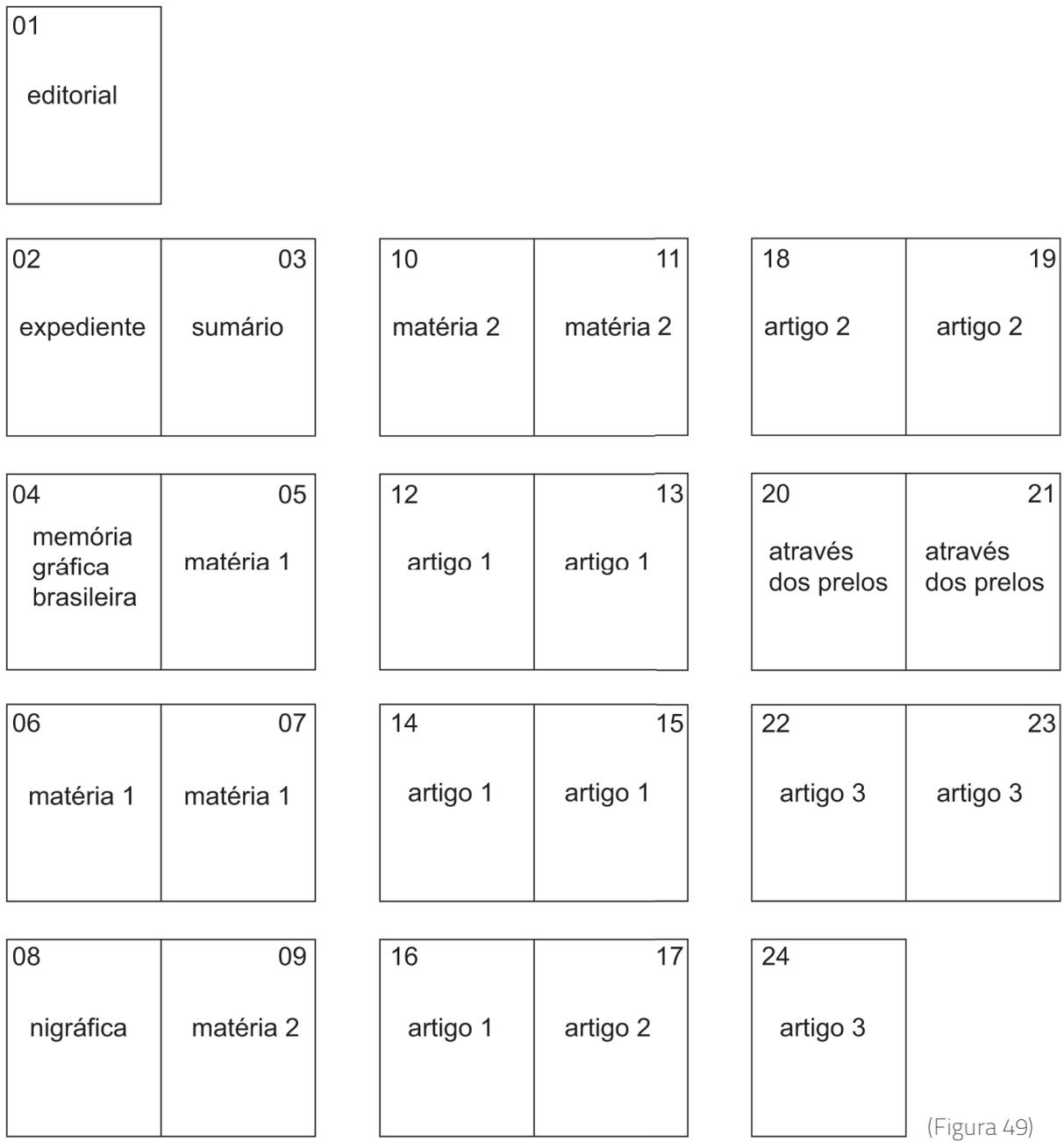
(b)

Figura 48 4.3.3. A boneca

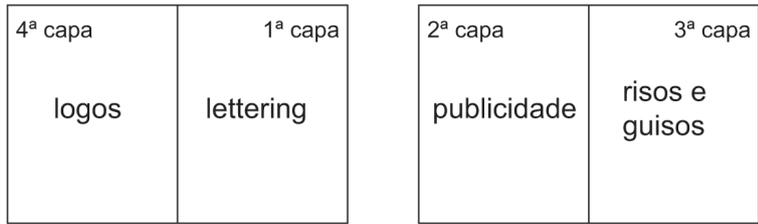
Opções de capas com a ideia do lettering mais o símbolo. Uso de diferentes famílias tipográficas: (a) "ITC Officina Sans e (b) Lobster.

Segundo Rabaça e Barbosa (2001) boneca é um esquema de paginação e/ou diagramação de um impresso que orienta a disposição de cada página da publicação, uma em relação à outra. Geralmente a boneca é confeccionada no mesmo formato em que se pretende imprimir o trabalho em questão e funciona como um *layout* da publicação. No entanto, nesta etapa do projeto ainda não foi possível ter o *layout* final das páginas uma vez que, no momento, a boneca serviria apenas para entender onde cada seção e ou editoria estaria localizada no miolo e como o conteúdo iria ser dividido entre as 24 páginas disponíveis. Neste caso a boneca também pode ser chamada de espelho da revista.

Para dividir o conteúdo entre as páginas da revista buscou-se intercalar as seções entre as editorias de maneira a dinamizar a leitura e servir como um descanso entre os textos mais extensos, conforme figuras 49 e 50.



(Figura 49)



(Figura 50)

Figura 49 - Esquema para demonstrar o miolo da revista de acordo com a primeira boneca (espelho).
 Figura 50 - Esquema para demonstrar as capas da revista de acordo com a primeira boneca (espelho).

Esse espelho, além de servir para orientar o conteúdo, juntamente com o plano editorial e as primeiras ideias de projeto gráfico também pode ajudar a estimar a quantidade de caracteres e imagens que caberiam em cada seção e editoria. Essas definições foram repassadas aos autores e viabilizaram a formatação dos textos e das imagens a serem entregues à diagramação.

4.3.4. Diagramação

Enquanto a equipe do Nigráfica trabalhava no desenvolvimento dos textos e das imagens para as matérias e os artigos da revista, foi possível continuar a desenvolver testes com as primeiras ideias de *grids* e tipografia para definir e estipular as primeiras regras do que iria se constituir como o projeto gráfico.

Em relação à tipografia, optou-se por utilizar famílias tipográficas gratuitas e dentre as testadas escolheu-se a família “Delicious” (figura 51) como fonte básica da revista a ser utilizada nas matérias, seções, legendas, créditos e etc. Essa família caracteriza-se pelo estilo contemporâneo, possui alguns detalhes no desenho das letras que conferem originalidade ao traço, apresenta boa legibilidade para textos longos mesmo sem ter serifa, e a massa de texto funcionou adequadamente ao *grid* estabelecido conferindo certa leveza às páginas mesmo em textos longos. Para os artigos, no entanto, preferiu-se utilizar outra família tipográfica a “Fanwood” (figura 52). Esta família é serifada e possui um traço mais clássico que remete à caligrafia e manuscritos. Dessa forma se relaciona melhor com os artigos que exigem mais formalidade que as outras seções e editoriais.

DELICIUOS

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuxwyz,.;~]'[0123456789**

delicious

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuxwyz,.;~]'[0123456789**

Figura 51- Família tipográfica Delicious

FANWOOD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.;~]'[0123456789

fanwood

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.;~]'[0123456789

Essas famílias foram testadas nas duas possibilidades de *grids*, no entanto, optou-se por utilizar a opção *Grid B*. Essa opção apresenta o navegador na horizontal inferior da página, possibilitando que as laterais possam ser preenchidas com imagens ou que fiquem em branco conferindo mais leveza à mancha gráfica. As margens do *Grid B* foram mais trabalhadas considerando um espaço maior para a margem de dentro (inside) perto do grampo e mais espaço na margem superior (top) com a possibilidade de uso de uma linha guia para inserir legendas e créditos. Essa opção prevê um *grid* com 2 colunas a ser usado em matérias e seções mais longas como “Memória Gráfica Brasileira” e um outro *grid* de 3 colunas a ser usado em artigos (coluna de texto ocupando apenas 2 colunas e a terceira apenas para imagens) e seções mais curtas como “Através dos Prelos”. Na figura 53 nota-se duas possibilidades de uso dos *grids* dessa opção escolhida.

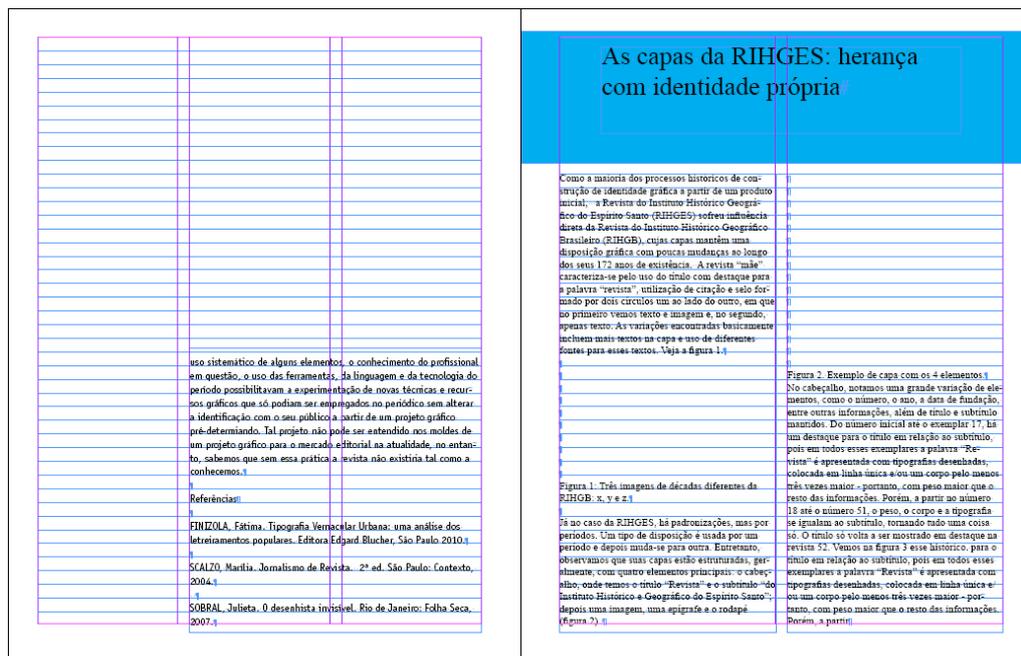
À medida que os textos foram sendo finalizados e entregues à diagramação foi necessário desenvolver um método de trabalho específico com possibilidade de ir trabalhando aos poucos em cada página sem perder a noção do todo. Dessa forma cada texto que chegava para ser diagramado era inserido no arquivo do *software* de editoração eletrônica, de acordo com a boneca. O texto era inserido dentro das regras determinadas (*grid*, fontes, margens, entrelinha, parágrafo) e deixavam-se espaços em banco para serem ocupados por imagens conforme figura 51.

Seguindo esse método de trabalho, foi possível testar a viabilidade das definições básicas do projeto gráfico. Essa etapa foi desenvolvida em conjunto com a equipe do Nigráfica através de um processo de retroalimentação. Assim foi possível trabalhar individualmente na diagramação das páginas e apresentar as possibilidades à equipe, que podia fazer modificações e/ou sugerir outras possibilidades como *feedback* durante todo o processo. Assim sendo, à medida que os textos iam sendo diagramados ocorriam mudanças na proposta inicial de projeto gráfico que foi se consolidando ao longo da produção da edição n° 1.

A grande mudança que ocorreu nesta etapa do projeto foi relativa à quantidade de caracteres estipulada para cada editoria e ou seção. A maioria dos auto-

Figura 52
Família tipográfica
Fanwood.

Figura 53
 Páginas 14 e 15 da revista durante a primeira etapa da diagramação, inserir o texto final no arquivo de editoração com as regras básicas do projeto gráfico.



res excedeu a quantidade pré-determinada e por isso a equipe resolveu aumentar a quantidade de páginas do miolo. Dessa forma, foi necessário refazer a boneca da revista (o espelho das páginas) aumentando 4 páginas no miolo e repensar todo o posicionamento do conteúdo de acordo com a (figura 54).

Neste momento torna-se importante ressaltar o método adotado, de ir trabalhando todas as páginas aos poucos, em etapas gradativas. Pois, uma vez já finalizada a diagramação de algumas páginas, com a mudança do espelho e reposicionamento do conteúdo tais páginas poderiam ficar prejudicadas, o que resultaria em retrabalho para o diagramador responsável.

Outra mudança nesta etapa ocorreu em relação ao projeto editorial. Dentre as ideias geradas para a edição n° 1, foi necessário rever as propostas originais dos temas dos artigos. Não foi possível desenvolver a editoria de entrevista e, além disso, foi necessário criar uma página extra para os créditos a fim de separar as informações de referências bibliográficas e agradecimentos do expediente.

Essas mudanças estruturais possibilitaram passar para a segunda etapa da diagramação, momento de começar a inserir cor, imagens, compor títulos, testar fundos, dentre outras opções.

Para exemplificar melhor as etapas desse processo, pode-se notar a evolução na diagramação da seção "Memória Gráfica Brasileira" de acordo com as imagens abaixo. Na figura 55 o texto foi inserido no arquivo eletrônico com as regras básicas do projeto gráfico, caracterizando a primeira etapa. Pode-se perceber que a quantidade de caracteres estipulada para essa seção foi excedida o que acarretou na ausência de espaço para o uso de imagens. Nesse momento foi necessário refazer a boneca, aumentar a quantidade de páginas e reposicionar o conteúdo.

A figura 56 demonstra a segunda etapa, com a boneca final. Nota-se que a seção passou a ter mais uma página e tornou-se viável nesse momento começar a inserir cores, imagens e etc. A partir da segunda etapa, foi possível apresentar as páginas diagramadas à equipe do Nigráfica que fazia observações, críticas

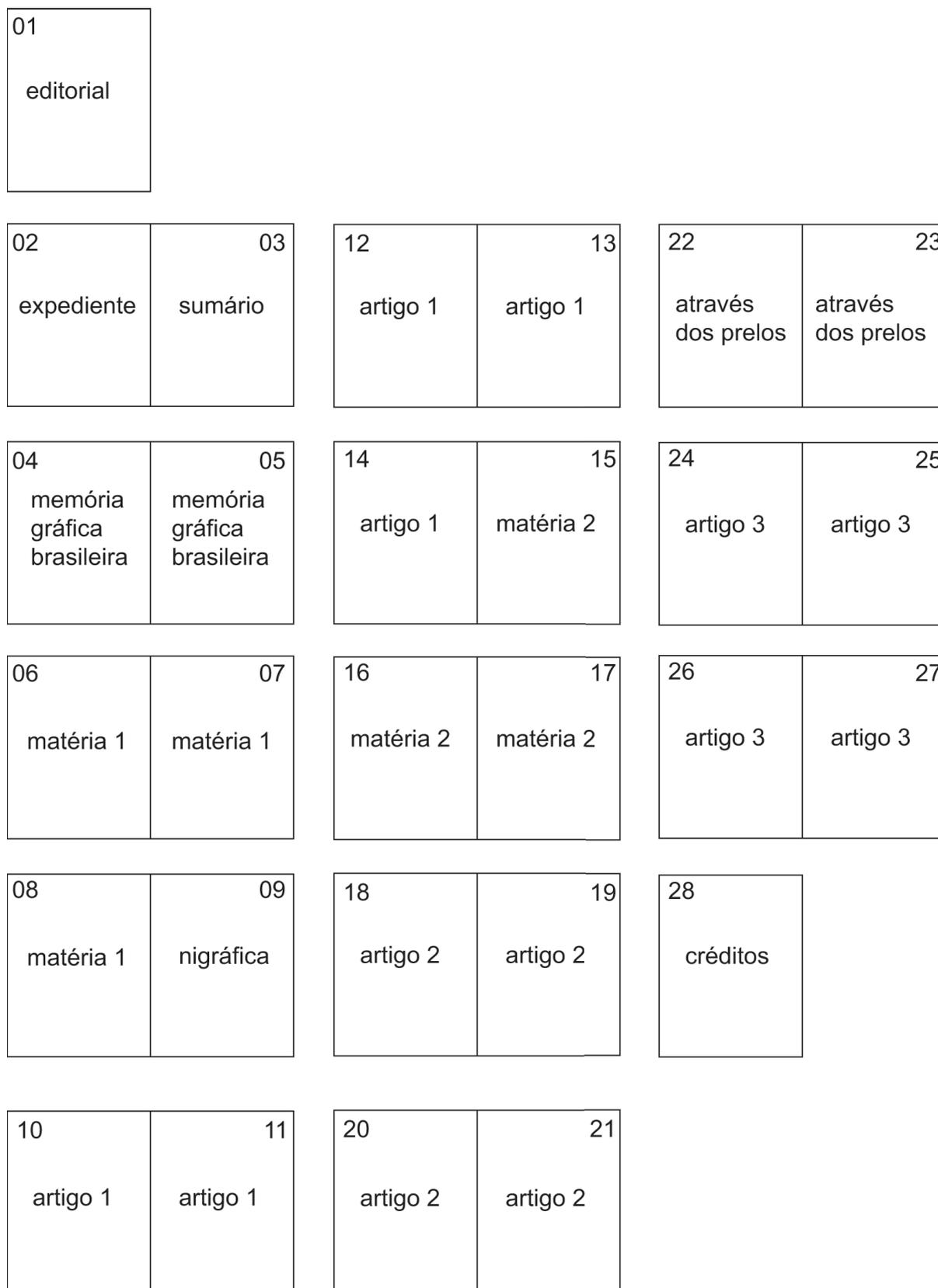


Figura 54 - Esquema para demonstrar o miolo da revista de acordo com a segunda boneca (espelho final).

Figura 55
Primeira etapa na
diagramação da seção
Memória Gráfica
Brasileira.

Nigráfica: mergulho nos 100 anos das revistas capixabas#	RIHGES e sua identidade gráfica#
<p>O Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica) é um grupo de pesquisa do curso de Design Industrial da UFes, coordenado pelas professoras pesquisadoras: Heliana Sonenphet Pacheco - PhD e Leticia Pedruzi Fonseca - Mts.</p> <p>Este grupo procura identificar o que seria característico da identidade gráfica capixaba por meio do levantamento e de análise de impressos produzidos no Espírito Santo. Para isso, desenvolve pesquisas na área de design que buscam contribuir não apenas com a memória gráfica local, mas também com a brasileira. Diversos designers e pesquisadores têm se dedicado a estudos variados nas áreas de: tipografia, rótulos, jornais, revistas com o intuito de caracterizar a cultura material e visual na formação das ações de identidade brasileira. No Espírito Santo, há um material gráfico inexplorado em aspectos importantes que estão sendo investigados. As pesquisas do Nigráfica se concentram, atualmente, em três acervos da cidade de Vitória: a Biblioteca Estadual, o Arquivo Público e a Biblioteca do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo. Lá encontram-se revistas, jornais, cartazes, livros que fizeram e ainda fazem parte da história gráfica local. Dentre uma vasta produção de impressos, o foco atual é a "Pesquisa 100 Anos em Revista". Com o apoio da Fapes, o estudo gráfico, que vai dos pri-</p>	<p>Nos 100 anos em perspectiva, a Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (RIHGES) é o mais antigo impresso ainda em circulação no estado, tendo sido idealizada, em 1917, por Carlos Xavier Paes Barreto, Archimínio Martins de Moraes e Antonio Francisco Achyde. A revista do IHGES foi lançada 78 anos após a criação da Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (RIHGB).</p> <p>No história da imprensa no estado, constatamos ter sido bastante difícil acompanhar localmente o desenvolvimento que ocorreu no Brasil. Segundo Paulo Hartung (2009), isso era "reflexo ou um sintoma de condição de isolamento e atraso que foi imposto ao estado em tempos coloniais". Socorremos um ciclo ordenado na economia, a partir da exploração do café no final do século 19 e início do século 20. Em 1909, graças à alta nos preços do café, primeiro Ministro, presidente do estado, realizou uma grande quantidade de obras, promovendo a urbanização de Vitória (Dias et al 2008).</p> <p>Dentre as principais obras, temos a instalação de servios de água, esgotos e luz e a implantação de sistema de bondes. Isso trouxe um desenvolvimento geral que deu bases para que iniciativas na área gráfica também prosperassem, embora vivendo dificuldades que o projeto país passava. Esse período é o início da primeira guerra mundial que durou de 1914 a 1918, que significou para o Brasil dificuldades para exportar, deficiência no sistema de transportes, desvalorização monetária e um sentimento de desamparo na nação.</p> <p>No Estado do Espírito Santo isso não era diferente, sendo necessário valorizar o nacionalismo. Nesse contexto, nasce a RIHGES, um ano antes do final da guerra. Ela é criada visando o levantamento e a conservação da memória e das tradições do estado. Diferentemente da Revista Vida Capixaba, que não tinha qualquer ligação formal com nenhum modelo nacional a ser seguido, a RIHGES (que graficamente pelo RIHGB (que chamaremos de "nacional"), vemos isso no seu formato, por intermédio do uso contínuo de uma coroa no miolo e aberturas marcadas pelo uso do espaço em branco (figura 1)).</p> <p>Figura 1: Estrutura básica das duas revistas (Fryman, 1981)</p>

e sugeria modificações, em um processo contínuo de aperfeiçoamento. Quando essa página foi apresentada à equipe, as professoras orientadoras sugeriram que o título deveria ser melhor trabalhado. Seguindo esse método, a página foi aprimorada (figura 57), o título virou uma espécie de vinheta, produziu-se uma fotografia exclusiva para a seção e utilizou-se a linha guia superior do *grid* para o uso do crédito da imagem.

Esse método de diagramação, de ir aprimorando as páginas em etapas que eram avaliadas pela equipe do Nigráfica foi aplicado no desenvolvido de todas as páginas da revista.

4.4. ALTERNATIVA ADOTADA

Em relação ao plano editorial, adotaram-se a maioria das alternativas geradas. As editoriais ficaram divididas em: duas matérias, sendo uma para a *Vida Capixaba* e uma para a revista do IHGES e três artigos, dois para a *Vida Capixaba* e um para as pesquisas do IHGES. Não foi possível para a primeira edição da revista, desenvolver a editoria de entrevista, no entanto, o projeto gráfico prevê possíveis aplicações para essa editoria nas próximas edições. Quanto às seções adotaram-se todas as propostas: Editorial, Através dos prelos, Nigráfica, Memória Gráfica Brasileira e Risos e Guisos, o que poderá ser substituídos por publicidades quando houver necessidade. Além disso, foi necessário desmembrar o experiente em duas páginas: uma no início da revista com informações referentes à publicação, ficha técnica e colaboradores da edição e outra página, no final da revista com agradecimentos e bibliografia dos artigos.

Para o projeto gráfico adotou-se as famílias tipográficas gratuitas e as possibilidades de *grid* da opção *Grids B*. Tais decisões projetuais foram postas em prática e testadas durante as etapas do processo de diagramação. Nesse momento foi



Figura 56
Segunda etapa na diagramação da seção Memória Gráfica Brasileira.



Figura 57
Segunda etapa na diagramação da seção Memória Gráfica Brasileira.

possível criar estilos de títulos, testar composição de cores nas páginas, desenhar vinhetas, usar e testar as fotografias e/ou ilustrações disponíveis, dentre outros elementos gráficos de maneira a construir as páginas gradativamente. Nesse processo, as opções eram apresentadas à equipe do Núcleo que fazia críticas e sugestões que iam sendo implantadas nas páginas e modificadas na boneca.

O resultado final, com todas as páginas diagramadas e *layouts* finalizados, é a alternativa adotada. Segue abaixo, figuras 58 a 73, todas as páginas da edição nº 1 da revista após o processo de diagramação, com a capa ao final.

Figura 58
4ª capa e página 1 do
miolo (editorial).



Figura 59
páginas 2-3, Expediente e
sumário.

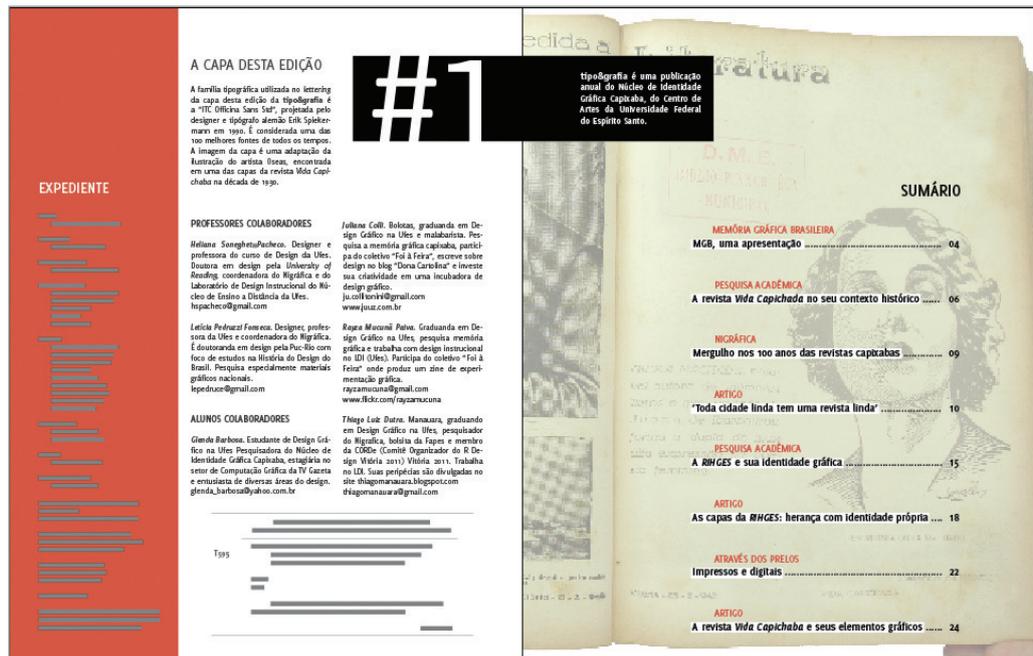




Figura 60
Paginas 4-5, seção
Memória Gráfica
Brasileira.

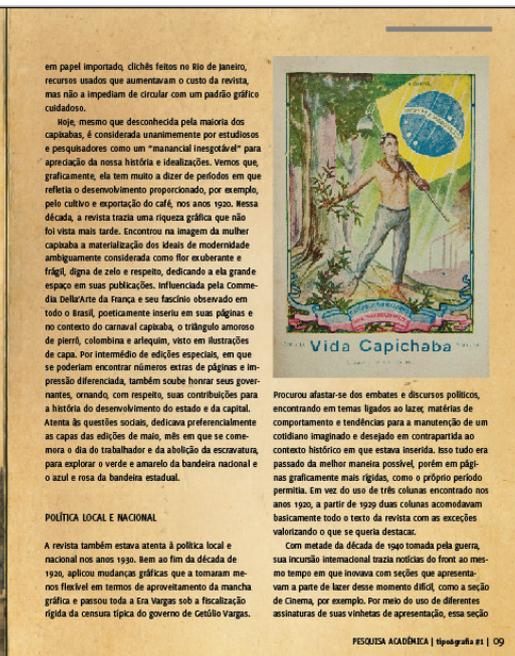
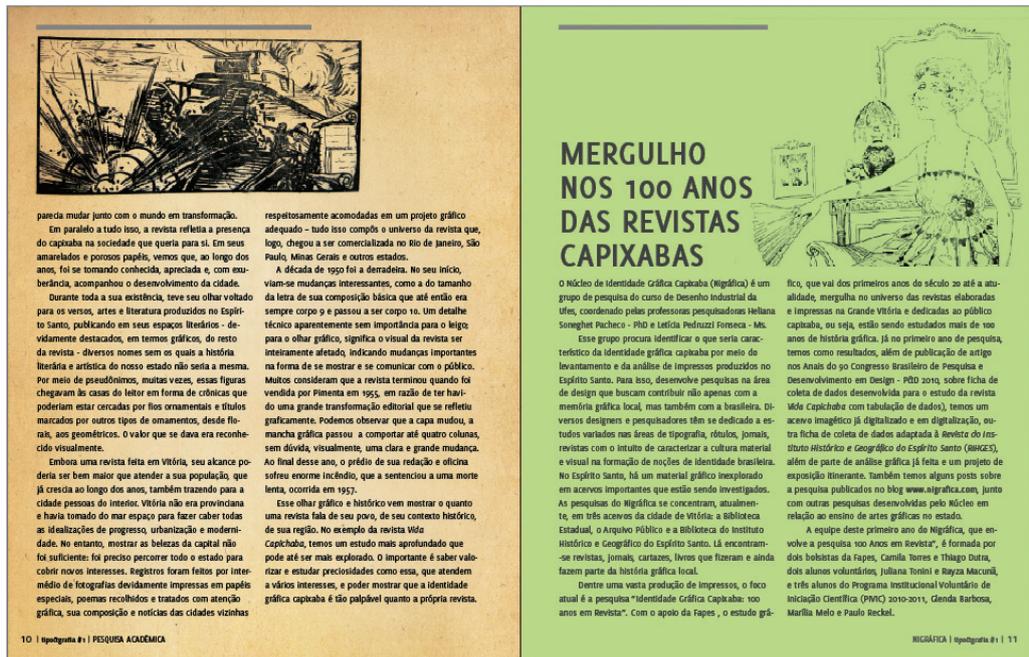


Figura 61
Páginas 6-7, matéria
1 - Vida Capichaba.

Figura 62
Páginas 8-9,
matéria e seção
Nigráfica.



parecia mudar junto com o mundo em transformação.

Em paralelo a tudo isso, a revista refletia a presença do capixaba na sociedade que queria para si. Em seus amarelados e porosos papéis, vemos que, ao longo dos anos, foi se tornando conhecida, apreciada e, com esbuéncia, acompanhando o desenvolvimento da cidade.

Durante toda a sua existência, teve seu olhar voltado para os versos, artes e literatura produzidos no Espírito Santo, publicando em seus espaços literários - devidamente destacados, em temas gráficos, do resto da revista - diversos nomes sem os quais a história literária e artística do nosso estado não seria a mesma. Por meio de pseudônimos, muitas vezes, essas figuras chegavam às casas do leitor em forma de crônicas que poderiam estar cercadas por fios ornamentais e títulos marcados por outros tipos de ornamentos, desde florais, aos geométricos. O valor que se dava era reconhecido visualmente.

Embora uma revista feita em Vitória, seu alcance poderia ser bem maior que atender a sua população, que já crescia ao longo dos anos, também trazendo para a cidade pessoas do interior. Vitória não era providiana e havia tomado do mar espaço para fazer caber todas as idealizações de progresso, urbanização e modernidade. No entanto, mostrar as belezas da capital não foi suficiente: foi preciso percorrer todo o estado para cobrir novos interesses. Registros foram feitos por intermédio de fotografias devidamente impressas em papéis especiais, poemas recolhidos e tratados com atenção gráfica, sua composição e notícias das cidades vizinhas

respeitosamente acomodadas em um projeto gráfico adequado - tudo isso compôs o universo da revista que, logo, chegou a ser comercializada no Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e outros estados.

A década de 1990 foi a derradeira. No seu início, vieram-se mudanças interessantes, como a do tamanho da letra de sua composição básica que até então era sempre corpo 9 e passou a ser corpo 10. Um detalhe técnico aparentemente sem importância para o leitor, para o olhar gráfico, significa o visual da revista ser inteiramente afetado, indicando mudanças importantes na forma de se mostrar e se comunicar com o público. Muitos consideram que a revista terminou quando foi vendida por Pimenta em 1995, em razão de ter havido uma grande transformação editorial que se refletiu graficamente. Podemos observar que a capa mudou, a marcha gráfica passou a comportar até quatro colunas, sem dúvida, visualmente, uma clara e grande mudança. Ao final desse ano, o prédio de sua redação e oficina sofreu enorme incêndio, que a sentenciou a uma morte lenta, ocorrida em 1997.

Esse olhar gráfico e histórico vem mostrar o quanto uma revista fala de seu povo, de seu contexto histórico, de sua região. No exemplo da revista *Vida Capixaba*, temos um estudo mais aprofundado que pode até ser mais explorado. O importante é saber valorizar e estudar peculiaridades como essa, que atendem a vários interesses, e poder mostrar que a identidade gráfica capixaba é tão palpável quanto a própria revista.

MERGULHO NOS 100 ANOS DAS REVISTAS CAPIXABAS

O Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica) é um grupo de pesquisa do curso de Desenho Industrial da Ufes, coordenado pelas professoras pesquisadoras Heliana Sorabhet Pacheco - PhD e Letícia Peduzzi Fonseca - Ms.

Esse grupo procura identificar o que seria característico da identidade gráfica capixaba por meio do levantamento e da análise de impressos produzidos no Espírito Santo. Para isso, desenvolve pesquisas na área de design que buscam contribuir não apenas com a memória gráfica local, mas também com a brasileira. Diversos designers e pesquisadores têm se dedicado a estudos variados nas áreas de tipografia, rótulos, jornais, revistas com o intuito de caracterizar a cultura material e visual na formação de noções de identidade brasileira. No Espírito Santo, há um material gráfico inexplorado, em acervos importantes que estão sendo investigados. As pesquisas do Nigráfica se concentram, atualmente, em três acervos da cidade de Vitória: a biblioteca Estadual, o Arquivo Público e a Biblioteca do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo. Lá encontramos revistas, jornais, cartazes, livros que fizeram e ainda fazem parte da história gráfica local.

Dentre uma vasta produção de impressos, o foco atual é a pesquisa "Identidade Gráfica Capixaba: 100 anos em Revista". Com o apoio da Fapes, o estudo grá-

fico, que vai dos primeiros anos do século 20 até a atualidade, mergulha no universo das revistas elaboradas e impressas na Grande Vitória e dedicadas ao público capixaba, ou seja, estão sendo estudadas mais de 100 anos de história gráfica. Já no primeiro ano de pesquisa, temos como resultados, além de publicação de artigos nos Anais do 3º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - PD 2019, sobre ficha de coleta de dados desenvolvida para o estudo da revista *Vida Capixaba* com tabulação de dados, temos um acervo imagético já digitalizado e em digitalização, outra ficha de coleta de dados adaptada à Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES), além de parte de análises gráficas já feitas e um projeto de exposição literária. Também temos alguns posts sobre a pesquisa publicados no blog www.nigrafica.com, junto com outras pesquisas desenvolvidas pelo Núcleo em relação ao ensino de artes gráficas no estado.

A equipe deste primeiro ano do Nigráfica, que envolve a pesquisa "100 Anos em Revista", é formada por dois bolsistas da Fapes, Camilla Torres e Thiago Dutra, dois alunos voluntários, Juliana Tonini e Rayza Maciel, e três alunos do Programa Institucional Voluntário de Iniciação Científica (PIVIC) 2010-2011, Glenda Barbosa, Marília Melo e Paulo Seckel.

Figura 63
Páginas 10-11,
artigo 1.



ARTIGO

'Toda cidade linda tem uma revista linda'

Juliana Colli Tonini

Este artigo apresenta um panorama da estrutura e dos aspectos gráficos das capas da revista *Vida Capixaba* ao longo dos 34 anos de publicação editorial do periódico que tanto influenciou a sociedade capixaba. Esta análise é parte da pesquisa desenvolvida pelo Nigráfica e limita-se ao estudo da revista dentro da amostragem, escolha de quatro exemplares por ano de publicação, coletada em 2010.

O editorial da primeira edição da *Vida Capixaba*, em abril de 1923, dizia que "Toda a cidade linda tem uma revista linda, que conta a sua história, que perpetua as suas emoções, que perfuma a sua galanteria, que exalta a sua elegância e que guarda, como num pequenino livro de horas, as ansias sutis de sua vida sentimental..." A revista nasceu desprezotêmica, mas ganhou espaço no imaginário e na memória capixaba ao passar do tempo. A capa, além de representar a síntese daquela edição, funciona como se fosse a embalagem da revista. A pesquisadora e editora de revistas Marília Scalzo (2004) diz que o logotipo, a imagem e o estilo da capa formam uma marca registrada da publicação que deve manter um padrão e permitir ao leitor reconhecê-la.

De 1923 até o final da década de 1940, as capas da *Vida Capixaba* tinham um padrão fácil de ser reconhecido, estruturado a partir de três elementos centrais: imagem, logotipo e cabeçalho, conforme se pode notar na Figura 1.

As capas com fotografia geralmente tinham paisagens do estado, seja da capital ou do interior, figuras femininas ilustres do cenário sociocultural capixaba, crianças ou políticos. Já nas capas com uso da ilustração, também foi possível perceber a forte presença da figura feminina, as melindrosas, e principalmente, os símbolos representativos das datas comemorativas em questão, como o papai Noel no Natal e pierrôs ou colombinas no carnaval. Dentro da amostragem coletada, é possível notar maior quantidade de capas com utilização de fotografia, sendo que esse recurso foi predominante nos anos de 1920 e 1930. No entanto, as capas ilustradas tiveram uma presença significativa (36% da amostragem) ao longo da sua veiculação, principalmente nas décadas de 1920 e 1930, sendo possível dar destaque a quatro ilustradores principais: Oscar, Reginaldo Santini, Rogaciano e Mazzei.



Junto à imagem da capa havia sempre o logotipo "Vida Capixaba", que a cada edição era desenhado e composto de maneira diferente, configurando vários letterings. Fátima Finocelli, pesquisadora em tipografia, define lettering como "a escrita em que a forma visual, representada pelas letras e o modo pelo qual elas são formatadas e combinadas, tem uma formalidade e uma importância acima da 'legibilidade'" (FINOCELLI, 2010, p. 37). No caso da revista *Vida Capixaba*, a sua marca visual visual impressa nas capas em diversas maneiras sem constituir um logotipo ou símbolo único. Portanto, convencionou-se chamar a marca visual da revista de lettering, ao invés de logotipo, e tomamos importante ressaltar a diversidade de estilos e soluções gráficas inusitadas utilizadas na construção desses letterings que constituem um riquíssimo acervo de diferentes letras e famílias tipográficas. Os letterings podiam ser usados com base tipográfica impressos por tipos móveis, em forma de lettering "feito" ou em forma cursiva, impressos por zincografia. Além da base visualizada por meio da técnica de impressão que acabava conferindo características comuns ao lettering, esses também podiam vir estampados nas capas em várias disposições e estilos. No entanto, observa-se um número muito próximo de capas com lettering na parte superior e na parte inferior da página.

¹ O termo "lettering" foi usado pela pesquisadora Fátima Finocelli em sua pesquisa sobre a Tipografia Vernacular Urbana da cidade de Recife com sentido restrito de palavra, referindo-se à criação de novas letras, palavras ou frases que são específicas e parte de um processo construído baseado no desenho. No caso desta pesquisa, o termo lettering tem referência aos letterings que são essas impressões que significam não apenas que possuem famílias tipográficas com fontes comuns.

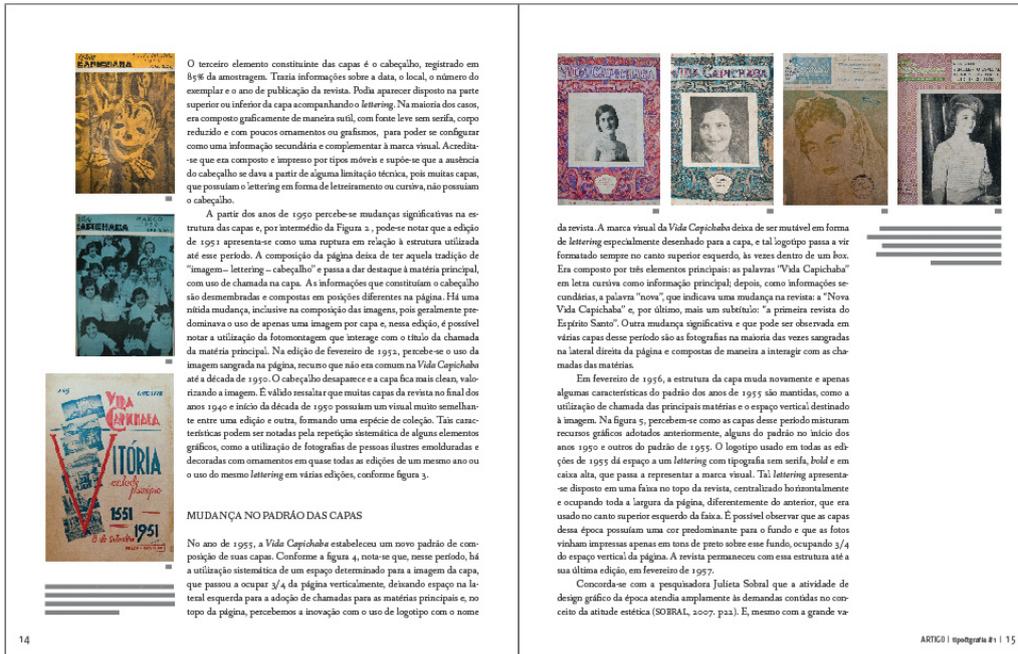


Figura 64
 Páginas 12-13,
 artigo 1.



Figura 65
 Páginas 14-15, artigo 1
 e matéria 2.

Figura 66
Páginas 16-17,
matéria 2.

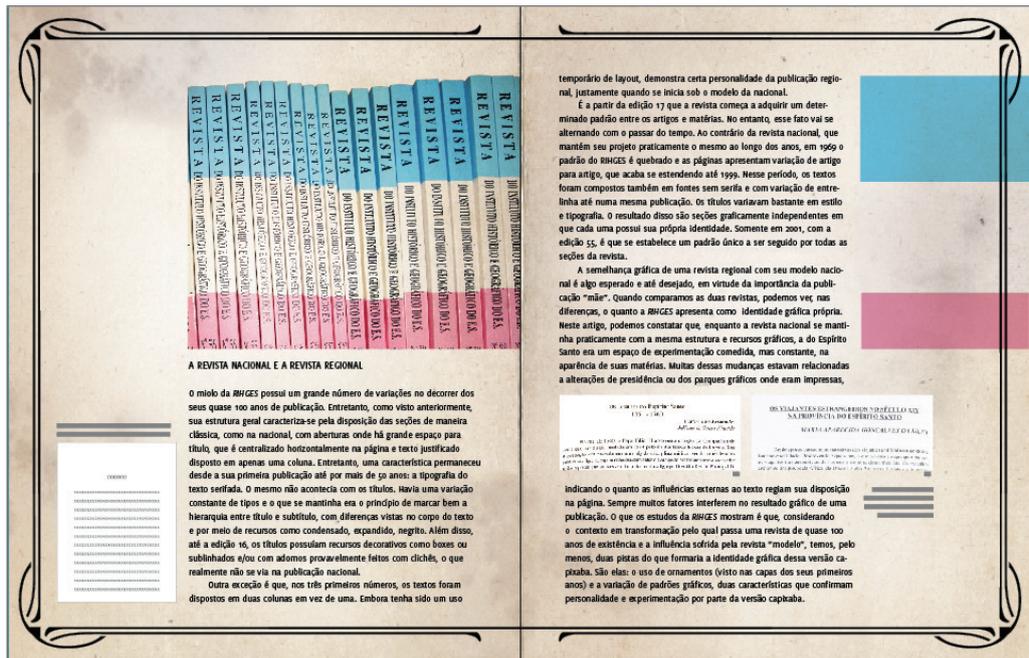


Figura 67
Páginas 18-19,
artigo 2.



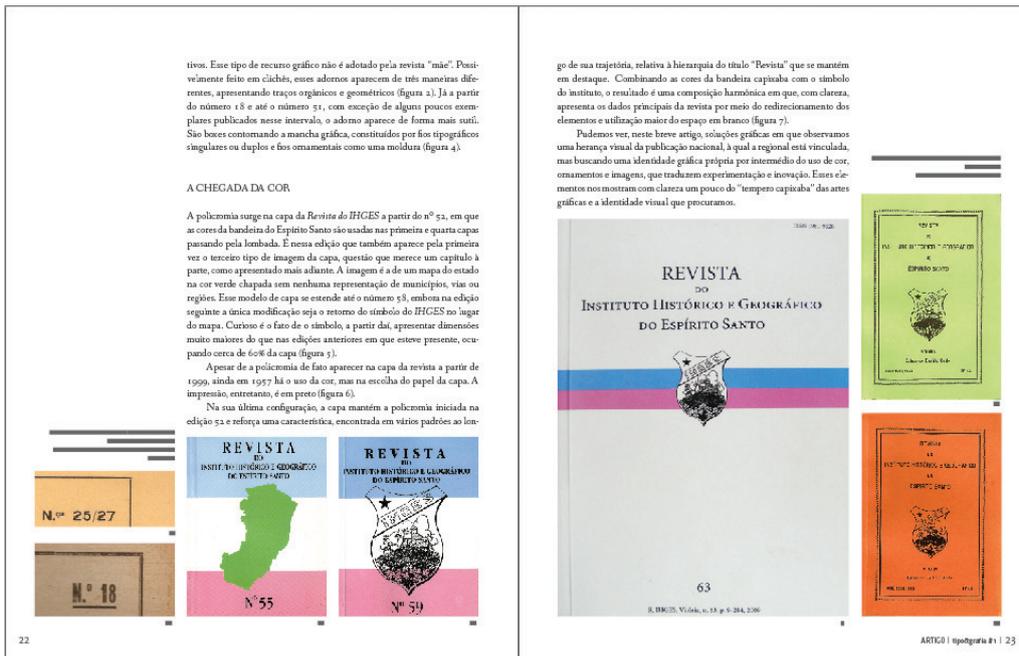


Figura 68
 Páginas 20-21,
 artigo 2..



Figura 69
 Página 22-23, seção
 Através dos Prelos.

Figura 70
Páginas 24–25,
artigo 3.

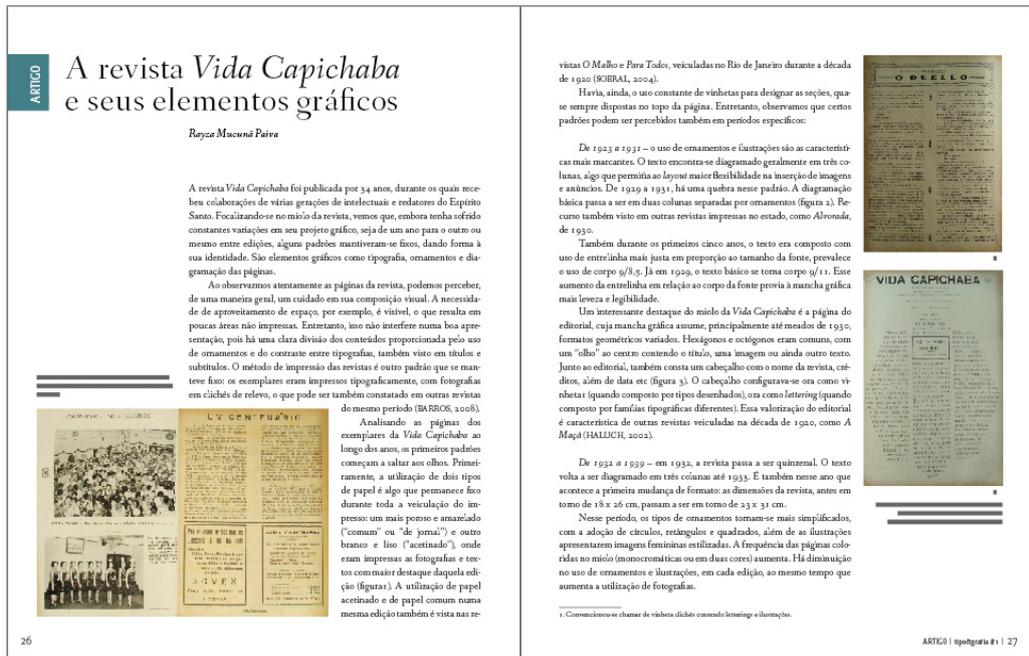


Figura 71
Páginas 26–27,
artigo 3.





Figura 72
Página 28 (créditos)
e 3ª capa.

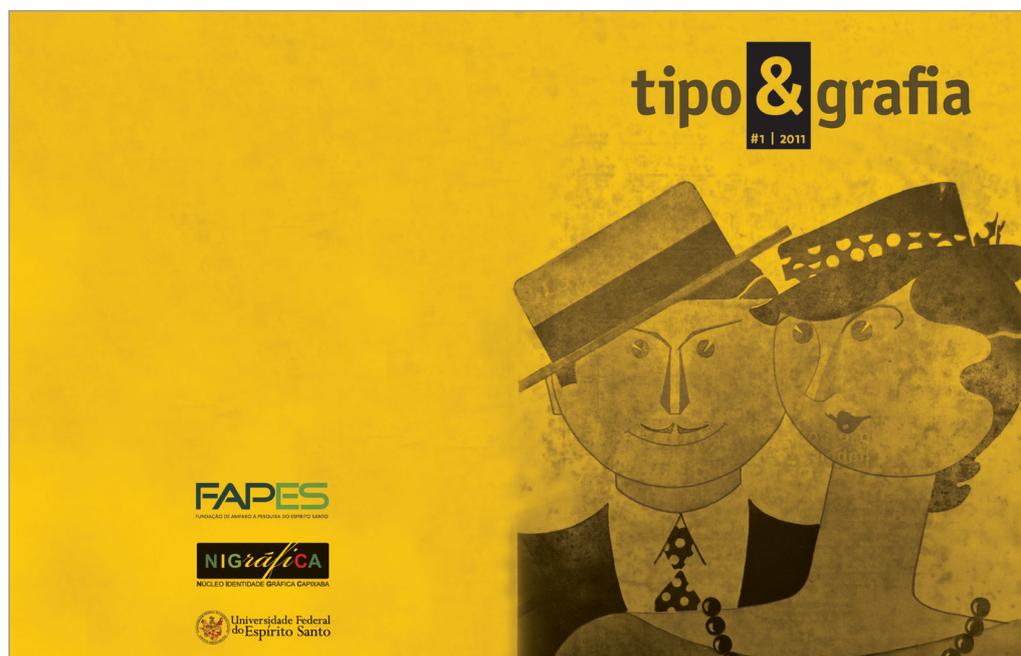


Figura 73
1ª e 4ª capas.

EXPERI
MENTA
ÇÃO

Com a alternativa adotada foi possível desenvolver uma experimentação dessa proposta junto ao usuário através de técnicas de avaliação do resultado final usadas na pesquisa de campo.

5.1. ROTEIRO DA EXPERIMENTAÇÃO

5.1.1. Objetivos

Experimentar um protótipo da revista **tipo&grafia**, ou seja, testar a alternativa adotada e entregá-la à avaliação do usuário que, ao folhear as páginas da revista, pode observar pontos positivos e negativos do projeto e fazer comentários dentre outras observações, torna-se importante para o aprimoramento das próximas edições no que diz respeito à estrutura editorial do periódico, ao conteúdo, à linguagem, ao projeto gráfico, dentre outros. Os resultados da experimentação foram avaliados junto à equipe do Nigráfica na tentativa de aprimorar a revista. No entanto nem todas as considerações dos entrevistados, mesmo que acatadas pela equipe, serão possíveis de serem modificadas para a edição n° 1. Algumas, principalmente aquelas relativas à estrutura editorial, deverão ser modificadas nas próximas edições.

O objetivo principal dessa experimentação, portanto, é tentar entender se, e como, o entrevistado percebeu as características gráficas e estruturais da revista que a identificam como um periódico acadêmico da Ufes, ligado ao Nigráfica e às pesquisas em design. Se as escolhas gráficas e projetuais ajudaram a caracterizar a identidade desse periódico. Como objetivos secundários, esperam-se:

- » Entender qual o interesse desse usuário na revista;
- » Descobrir qual sua referência quando se fala em revista de design;
- » Observar o entrevistado manuseando e lendo a revista na tentativa de captar possíveis dicas desse usuário que possam contribuir para melhorias do periódico;
- » Entender como o usuário identificou a ligação da revista com o Nigráfica;
- » Testar a legibilidade dos textos;
- » Verificar se as imagens são suficientes para entender o conteúdo;
- » Ver se o usuário conseguiu se localizar na revista, se o sumário e o navegador estão funcionando;

- » Perceber se o usuário vai se interessar em ler ou participar da edição n° 2;
- » Buscar sugestões de elementos que possam reforçar a identidade do periódico.

5.1.2. Entrevistados

A experimentação foi feita com alunos do curso de Desenho Industrial da Ufes que constituem a majorietariedade do público alvo da revista. Os alunos foram categorizados em três grupos, a saber:

- » iniciantes, os alunos do que estejam cursando o 1°, 2° ou 3° período;
- » medianos, os alunos que estejam no 3° ao 6° período; e
- » finalistas, aqueles alunos que encontram-se à partir do 6° período.

5.1.3. Métodos e técnicas

A experimentação aplicou três técnicas de avaliação em três etapas, a saber:

a) Questionário estruturado (ver anexo 1) com perguntas fechadas e semi-abertas direcionadas a uma amostragem de alunos pré-determinada. Foram selecionados alunos das três categorias acima descritas que receberam um e-mail explicando o que é e do que se trata a revista *tipo&grafia*, um *link* da revista hospedada no portal *Issuu* onde ele poderá baixar ou visualizar o PDF com um efeito que simula o folhear da página, juntamente com algumas perguntas em um questionário *online* do *Google Docs* que deverá ser respondido após esse primeiro contato do aluno com a revista. As respostas dessas perguntas foram tabuladas em uma planilha onde foi possível fazer ensaios estatísticos e comparações entre as respostas.

b) Observação de grupo não estruturada onde o protótipo será entregue ao manuseio e possível avaliação dos alunos. Foram impressos a laser dois exemplares da revista, que convencionou chamá-los de protótipo. Foram expostos à análise, manuseio e observação dos alunos ao término de uma aula. Buscou-se observar o grupo e a interação entre eles, como a opinião de um aluno influenciava no entendimento do outro. Essa observação foi registrada através de fotos e vídeos⁷.

⁷ Agradecimentos especiais aos colegas Gustavo Binda, Charles Moreira, Francisco Guilherme (Pelé) e Darlan Machado que auxiliaram na pesquisa fazendo o registro das entrevistas em vídeo e fotos.

c) **Entrevista individual** padronizada onde o protótipo foi apresentado ao aluno que após um manuseio prévio da revista, responde ao questionário (ver anexo 1) e também, fica livre para fazer os comentários que se sentir à vontade. A abordagem foi individual, de maneira a coletar informações mais detalhadas.

5.2. RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES

5.2.1. Questionário estruturado

O e-mail contendo o link para visualização da revista e o formulário a ser preenchido foi enviado para os alunos das três categorias, mas como previsto, a maioria das respostas vieram de alunos medianos e veteranos. Foi possível ter uma amostragem de 22 questionários respondidos, sendo: 12 alunos medianos, 8 alunos veteranos e 2 alunos calouros. Especula-se que os medianos e os veteranos sentem-se mais aptos a fazer críticas e análises e/ou já estão mais familiarizados com as ferramentas utilizadas, o *Issuu* e o *Google Docs*.

A pergunta de nº 1 era relativa à identificação do entrevistado, em qual categoria ele se enquadrava. A de nº 2 referia-se ao Nigráfica, e a maioria dos alunos afirmou já conhecer o Núcleo. Apenas 3 disseram "Já ouvi falar mas não sabia do que se tratava". A pergunta de nº 3, referente ao universo das revistas de design das quais os entrevistados têm como referência. As revistas mais citadas foram: a) *Computer Arts*, impressa e com periodicidade mensal, traz dicas, tutoriais, e *portfolios* de profissionais do mercado; b) *Zupi*, impressa e bimestral, a revista traz *portfolios* e entrevistas com designers e Ilustradores; c) *ABC Design*, revista impressa e trimestral que aborda os temas design gráfico, de produto, gestão, *branding* e tendências e; d) *Idea Fixa*, revista eletrônica publicada trimestralmente, funciona como um canal de expressão e inspiração em artes visuais. Muitos dos entrevistados, inclusive veteranos, não responderam essa pergunta. Alguns ficaram em dúvida para responder e, em alguns casos, citaram um site ou blog ao invés de uma revista. De acordo com o gráfico abaixo (figura 74) nota-se que 15% dos entrevistados deixaram essa pergunta em branco, ou seja, não citaram nenhuma revista como referência. Dentre os alunos que citaram outras revistas, média de 23% dos entrevistados, podemos destacar: a) **revistas impressas e com sites na internet** – *Photoshop Creative Brasil*, *FFW Mag*, *Wide*, *Neo2*; b) revistas impressas – *Tupigrafia* e; c) Sites/blog – *Design on the rocks*, *Dazed and Confused*.

As perguntas de nº 4 e 5 faziam os entrevistados marcarem numa escala de 1 a 5 a sua opinião em relação à relevância do conteúdo abordado na revista e o projeto gráfico. Em relação ao conteúdo 59% dos entrevistados acharam o conteúdo muito relevante, 32% marcaram a opção 3 referente a maios ou menos relevante e 9% acharam o conteúdo pouco relevante. Em relação a contribuição do projeto gráfico para caracterização do periódico como revista acadêmica, a maioria dos entrevistados marcou a opção 3 ou 4, como se o projeto não tivesse contribuído

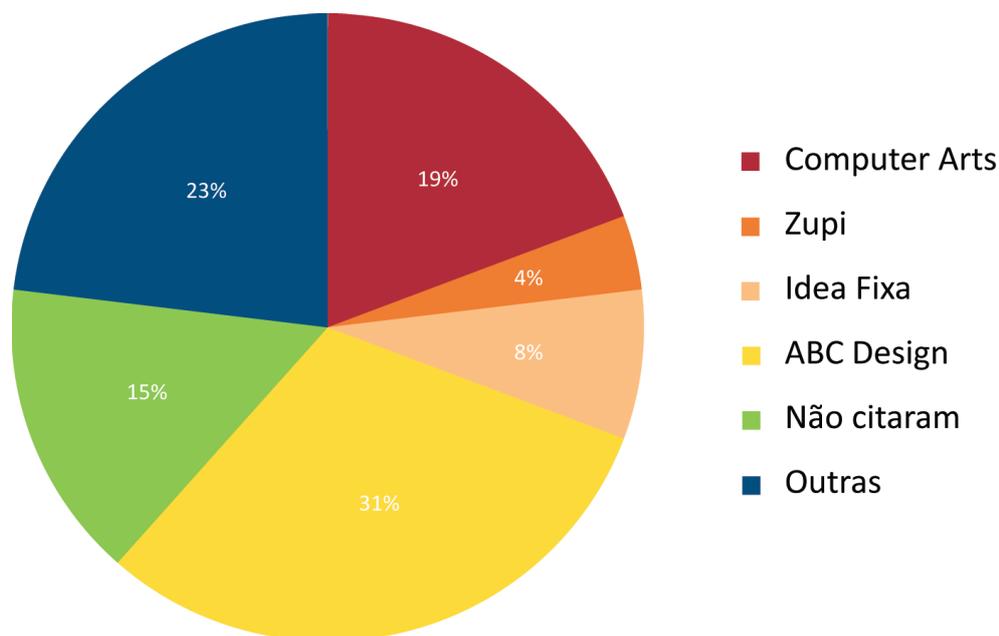
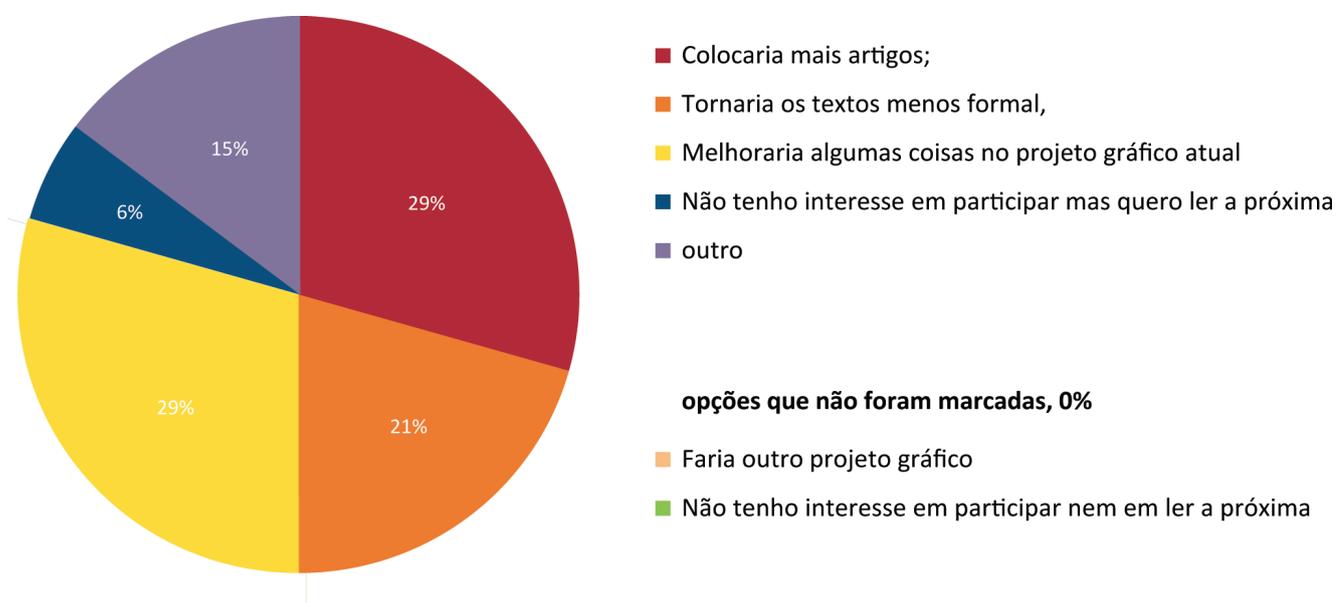


Figura 74
Gráfico com as
respostas da pergunta.
de nº 3.

totalmente. Na pergunta de nº 6, "O que te faria continuar lendo as próximas edições da **tipo&grafia**?" a maioria das opções marcadas foram: a) O conteúdo, gostei bastante; b) Quero me manter informado(a) sobre as atividades desenvolvidas no meu curso e; c) Tenho interesse em ler a próxima.

Em relação à pergunta de nº 7, buscou-se fazer com que o aluno respondesse o que ele gostaria que tivesse na próxima edição ou o que ele viu no protótipo e que poderia ser melhorado na revista para a edição nº 2. Segundo o gráfico da figura 75, observa-se uma média de 29% dos alunos que disseram que colocariam mais artigos e que tornariam os textos menos formais. Dentre os entrevistados 21% disseram, também, que melhorariam alguma coisa no projeto gráfico atual, no entanto, não houve nenhuma para as opções que diziam "faria outro projeto gráfico" ou "não leria a próxima edição".

Figura 75
Gráfico com as
respostas da pergunta
de nº 3.



5.2.2. Observação de grupos

Aconteceu na segunda-feira dia 27 de junho ao término de uma aula da disciplina de Gráfica 1, ministrada pela professora Letícia Pedruzzi aos alunos do 2º período do curso de Desenho Industrial da Ufes. A turma foi dividida em dois grupos de alunos separados aleatoriamente, a professora explicou a proposta do experimento e falou brevemente sobre este projeto de graduação e sua ligação com o Nigráfica. Os protótipos da revista foram colocados sobre uma mesa e o primeiro grupo (com cerca de 10 alunos) foi convidado a se aproximar e interagir com as revistas (figuras 76, 77 e 78).

Os alunos aproximaram-se da mesa, pegaram as revistas e começaram a folheá-las. Enquanto um folheava os outros observavam, faziam comentários e observações. Uma das primeiras observações foi em relação às cores onde foi possível ouvir comentários do tipo: "as cores, gostei, achei que encaixou bastante". Nesse momento os alunos compararam as cores das capas analisando os dois exemplares que possuíam capas diferentes. Uma das alunas observou: "para o miolo, acho que essa aqui (capa amarela, alternativa adotada) se adequou muito mais, passa a impressão do conteúdo". A partir dessa fala os alunos começaram a discutir sobre as opções de capa e o debate se estendeu por bastante tempo até que a professora interferiu e pediu que os alunos observassem outros elementos da revista como diagramação, margem, tipografia e etc. A maioria dos alunos desse primeiro grupo notou o uso de duas famílias tipográficas no miolo e que essa diferenciação estava ligada ao conteúdo da revista; observaram que apenas os artigos tinham páginas brancas; questionaram o uso dos espaços em brancos; fizeram observações e críticas a respeito do alinhamento e a leitura das legendas e sugeriram opções de corte e edição nas imagens. Essa observação durou cerca de 20 minutos foi registrada em vídeo e fotos.

Em seguida o segundo grupo (figura 79), com 8 alunos, se aproximou da mesa e foram guiados a interagir com as revistas. Os alunos desse grupo apresentaram-se mais calados e a discussão não fluiu tanto quanto no primeiro. Para iniciar as observações foi necessário fazer algumas perguntas do tipo: "e aí gente, o que vocês acharam da diagramação?" ou "gostaram das imagens?". Ao falar das imagens fizeram perguntas sobre as capas da *Vida Capichaba* e adentraram no conteúdo do protótipo. Novamente foi necessária a intervenção da professora guiando o grupo para a discussão relativa aos elementos gráficos do periódico.

Dessa forma, fizeram observações sobre o uso de diferentes cores assim como o primeiro grupo; notaram a diferença na diagramação entre o conteúdo, onde a utilização de apenas uma coluna de texto no fundo branco confere um caráter mais sério as páginas de artigo e tornam-se mais fáceis de ler. E depois de discutir sobre os artigos fizeram perguntas sobre créditos e citações.

Notaram algumas limitações do protótipo como corte do refilo meio torto e perguntaram sobre o acabamento da revista a ser impressa, tipo de papel. Questionaram o símbolo da capa e deram opiniões em relação às duas propostas em questão. Questionaram a ausência de chamadas na capa e perguntaram se isso

não poderia ser um problema. Um dos alunos respondeu que, como a revista não vai ser comercializada não precisaria ter esse apelo. Reclamaram da cor verde em uma das matérias como se estivesse “chamando atenção demasiadamente”.

Figura 76
Alunos do primeiro
do grupo.



Figura 77
Alunos do primeiro
do grupo.





Figura 78
Alunos do primeiro grupo.



Figura 79
Alunos do segundo grupo.

5.2.3. Entrevistas individuais

Foram realizadas entrevistas individuais com dez alunos que se enquadram na categoria alunos medianos. Aconteceram durante o dia 28 de junho ao término de uma aula da disciplina de História das Técnicas, ministrada pela professora Letícia Pedruzzi aos alunos do 4º e 5º período do curso de Desenho Industrial da Ufes. Esses entrevistados enquadram-se na categoria alunos medianos.

Antes de iniciar a entrevista foi possível explicar brevemente qual era a proposta da entrevista, do projeto e o que era o Nigráfica. Após essa explicação o aluno recebia o protótipo e uma folha com o formulário. Ficavam, geralmente cerca de 4 a 5 minutos folheando, lendo, observando e analisando o exemplar e depois começavam a preencher o formulário (figura 80). Em muitos casos foi possível observar que durante o preenchimento o aluno voltava à revista para consultar

ou rever algum item questionado no formulário. Quando estavam terminando de preencher a entrevistadora (esta autora) se aproximava, ligava a câmera do celular, começava a gravar e pedia para eles falarem sobre a revista.

Alguns alunos ficavam tímidos para falar ou não tinham analisado o protótipo suficiente para fazer observações mais detalhadas de projeto gráfico e ficavam atentos inicialmente ao conteúdo, ao tipo de texto e faziam perguntas do tipo: “você só vão escrever sobre design gráfico?” ou “Não vai ter nada de web?” No entanto, outros alunos conseguiam aprofundar mais as críticas e perguntavam sobre assuntos específicos como uso de imagens, tipografia e *grid*.

No entanto pode-se notar que a maioria dos alunos entrevistados acharam o projeto gráfico claro, objetivo e condizente com o conteúdo proposto pela revista; que a diagramação *clean* favorece a leitura e reforça a ideia do acadêmico e que a diferenciação de cores entre o conteúdo ajuda a entender quando acaba uma seção e começa outra. Alguns alunos apontaram que o conteúdo é muito específico e repetitivo ao longo da revista e sugeriram o uso de uma seção com pequenas notas, textos breves para atender àqueles alunos que tem interesse no conteúdo, mas gostariam de ler alguma coisa mais rápida.

Foi possível notar que os entrevistados percebem o uso de duas famílias tipográficas no miolo da revista, mas que não conseguem entender que existe uma família específica para os artigos. Acham que a tipografia está ligada ao conteúdo e não à estrutura editorial. Assim como os alunos iniciantes, questionaram a ausência de chamadas na capa e deram dicas para reforçar o uso do símbolo junto ao *lettering* com intuito de marcar a identidade do periódico.

Figura 80
Aluno entrevistado observando a revista para depois preencher o formulário.



5.3. CONCLUSÕES DA EXPERIMENTAÇÃO

Em relação aos métodos e técnicas utilizadas nessa experimentação, pode-se perceber que a observação de grupo é bastante interessante porque gera discussão entre os participantes. É possível notar a opinião de um entrevistado em relação à opinião do outro e como isso influencia o grupo. No entanto, como eram apenas dois exemplares nem todos os alunos do grupo conseguiram folhear todas as páginas da revista, ou nem mesmo tiveram tempo hábil para tanto e, conseqüentemente, a discussão ficava mais em torno de algum elemento específico, como o caso do primeiro grupo, que ficou bastante tempo discutindo sobre a capa.

Nas entrevistas individuais, o aluno podia gastar o tempo que achasse necessário para observar, ler ou folhear a revista. Ele só era interferido quando acabava de preencher o formulário. Nesse caso o entrevistado conseguia detalhar melhor sua impressão sobre a revista, falava do conteúdo, dos textos, da capa, do navegador, do *grid* e outras especificidades. Além disso, os entrevistados individualmente pertencem à categoria mediana, ou seja, estão cursando entre o 4º e o 6º período do curso de Desenho Industrial e possuem um repertório maior e mais propriedade para analisar os elementos da revista do que os alunos iniciantes entrevistados em grupo. No entanto, nas entrevistas com os medianos não havia uma discussão ou um debate já que era individual e muitas vezes, os entrevistados ficavam com receio de criticar o projeto, pois sabiam que a autora deste projeto e entrevistadora fazia parte da equipe que produziu a revista. Esse fator intimida e limita muito o entrevistado, em muitos casos.

Na observação de grupo, pode-se notar que os alunos, enquadrados na categoria calouros, faziam observações mais gerais e em muitos casos superficiais e equivocadas como no caso do uso dos espaços em branco onde foi necessária uma intervenção para explicar que o espaço em branco na página é importante e proposital.

Também se pode observar que as limitações de acabamento do protótipo influenciam no entendimento da revista pelo aluno, pois alguns questionaram sobre alguns defeitos da boneca como refilo meio torto ou alguma imagem meio desfocada.

Modificações na alternativa adotada

Dentre as possibilidades, dicas e sugestões observadas na experimentação e apontamentos feitos pelos entrevistados para a edição nº 1 da **tipo&grafia**, será possível em tempo hábil fazer alguns acertos, dentre eles destacam-se: corrigir os erros ortográficos e de digitação que ainda persistiram no navegador e título de uma das matérias; alterar a cor do fundo da matéria do Nigráfica (ver figuras 81 e 82) que está atrapalhando a leitura da página ao lado; substituir a imagem da matéria do Nigráfica que está com resolução baixa e rever o posicionamento das legendas, pois algumas estavam confusas de localizar.

Para as edições seguintes será necessário:

- » Reforçar a estrutura editorial para que as matérias tenham uma linguagem jornalística, diferente dos artigos que tem uma linguagem formal e acadêmica;
- » Tentar tornar o conteúdo mais diversificado;
- » Reforçar o que é e quais são os objetivos do Nigráfica;
- » Utilizar mais imagens e com qualidade superior, como a fotografia da seção MGB;
- » Trabalhar mais os títulos das matérias com grafismos e ornamentos;
- » Dar continuidade à proposta de uso de diferentes famílias tipográficas na construção dos *letterings* das capas para garantir a identidade gráfica;
- » Rever a possibilidade de dar mais destaque ao navegador;



Figura 81



Figura 82

Figura 81 - Página seção Nigráfica antes da experimentação.

Figura 82 - Página seção Nigráfica com as alterações propostas nos testes da experimentação.

CONS
TRU
ÇÃO

Após a experimentação, alguns pontos do projeto foram discutidos com a equipe do Nigráfica e algumas modificações puderam ser feitas no partido adotado. Neste momento pode-se obter a ficha catalográfica e o *International Standard Serial Number* (ISSN) da publicação e dessa forma, a boneca testada junto ao usuário foi finalizada e ficou pronta para ser enviada para a gráfica. Também foi necessário preparar um material para ser entregue ao Nigráfica, de modo a obter um registro da edição n° 1 e um de guia de uso, que pudesse explicar como utilizar as ferramentas de modo que outros alunos e professores do Núcleo possam dar continuidade ao projeto e desenvolver as próximas edições.

6.1. Ficha catalográfica e ISSN

A ficha catalográfica é uma ferramenta de registro dos elementos descritivos de uma publicação que ajuda na catalogação e serve para selecioná-la diante de uma necessidade de informação e para localizá-la fisicamente em bibliotecas e/ou livrarias. Numa publicação impressa, a ficha catalográfica geralmente consta, na parte inferior do verso da página de rosto e trás informações como: nome do autor ou editora, periodicidade, ISSN ou ISBN (*International Standard Book Number*), assuntos abordados, dentre outras informações conforme pode-se notar na ficha da revista **tipo&grafia** (figura 83). Para solicitar a ficha catalográfica, deve-se entrar em contato com bibliotecas que prestem esse tipo de serviço. No caso as revista **tipo&grafia**, a ficha foi solicitada à Biblioteca Central da Ufes e o serviço foi gratuito por se tratar de uma publicação vinculada à Universidade. Maiores informações no site <http://www.bc.ufes.br/catalogacao-na-publicacao>.

O ISSN - Número Internacional Normalizado para Publicações Seriadas (*International Standard Serial Number*) é o identificador aceito internacionalmente para individualizar o título de uma publicação seriada, tornando-o único e definitivo. O ISSN é operacionalizado por uma rede internacional, e no Brasil o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) atua como Centro Nacional dessa rede. Para solicitar o n° de ISSN é necessário que a editora entre em contato com o Instituto e enviar via Correios, no caso de revistas impressas, uma boneca da revista e alguns documentos que podem ser conferidos no site <http://www.ibict.br>. Neste caso, a editora da Revista **tipo&grafia** é a editora do Car-Ufes, que foi articulada pelo Nigráfica. Também se conseguiu que a Pró-reitoria de Extensão da Universidade financiasse a impressão de 1000 exemplares que serão distribuídos para a comunidade acadêmica ligada ao ensino e pesquisa em Design.

Dados Internacionais de Catalogação-na-publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade Federal do Espírito Santo, ES, Brasil)

T595

Tipo & Grafia / Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo. – N. 1 (2011) - Vitória, ES : UFES, Centro de Artes, 2011.

Anual.

ISSN: 2236-6865

1. Desenho gráfico. I. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Artes. Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba.

CDU: 76(05)

Figura 83 - Ficha catalográfica da revista *tipo&grafia*

6.2. Guia DE USO do projeto gráfico

No material entregue para o Nigráfica, consta um *Compact Disc* (CD) com o Guia de uso do projeto gráfico da revista *tipo&grafia* (anexo 2), o arquivo eletrônico base com os estilos de diagramação no software *Adobe Indesign* e a boneca final da revista (anexo 3).

6.3. Edição nº 1

Para a edição nº 1 da revista *tipo&grafia*, o Nigráfica conseguiu viabilizar junto à Pró-reitoria de Extensão (Proex) da Ufes a impressão de 1.500 exemplares da revista, a serem distribuídos aos alunos do Car Ufes e demais interessados. Essa edição foi diagramada no *software Adobe Indesign CS5* a partir das configurações básicas previstas pelo projeto gráfico.

Para fechamento do arquivo a ser enviado para a gráfica, utilizou-se as configurações de predefinição de PDF da Adobe, formato PDF X-3:2002. Baseado no padrão ISO PDF/X, este formato de arquivo incorpora todas as famílias tipográficas e *links* do arquivo. Desta forma, o arquivo final a ser impresso, chega pronto e "fechado" para o arte-finalista da gráfica. Assim, não há a necessidade da gráfica ter que instalar as famílias tipográficas utilizadas nem de fazer alterações, o que evita em grande parte, os erros. O arquivo comumente chamado de "arquivo fechado" já vai pronto e configurado para o profissional de arte-finalização da gráfica poder montar os cadernos de impressão e dar a saída das cores para criar das chapas de impressão.

CON

CLU

~
SÃO

Esta pesquisa procurou explorar os conceitos de identidade e cultura e estudou como o design gráfico pode ser útil na construção da identidade de um grupo específico para ser reconhecida por sua comunidade. Buscou-se fazer reflexões e questionamentos relativos ao processo de planejamento e desenvolvimento de uma revista como meio de identificação de um grupo. Para tanto, foi fundamental realizar testes e experimentações para avaliar as diretrizes projetuais e as decisões feitas para as escolhas gráficas, bem como, fazer ajustes e obter sugestões em relação ao resultado final. Concorda com Leslie (2001) que a natureza periódica da revista oferece oportunidades de a cada edição ser possível experimentar algo novo e diferente, ao passo de se ir mudando sem perder a natureza e a identidade da publicação. Dessa maneira, possibilita a inauguração de tendências e cria-se um repertório gráfico que desempenha nas revistas um papel fundamental na nossa cultura visual.

Observa-se que este projeto de graduação pode trazer contribuições significativas aos alunos do curso de Desenho Industrial da Ufes, primeiramente, por ser um registro do desenvolvimento de uma publicação acadêmica do curso, com assuntos desenvolvidos a partir de pesquisas realizadas pelos próprios alunos e professores do departamento e como público alvo o próprio meio acadêmico. Contribui também, no que diz respeito ao processo de desenvolvimento de uma publicação, uma vez que, buscou-se reunir em um mesmo trabalho as etapas de desenvolvimento desse processo, desde a concepção do projeto editorial, o desenvolvimento do projeto gráfico, os testes de experimentação do protótipo junto ao usuário até a construção do guia de uso, que pretende se consolidar como uma ferramenta útil para a equipe do Nigráfica poder dar continuidade à publicação.

A possibilidade de reunir as ferramentas e os meios de produção, *softwares* e informações disponíveis para criar uma revista, da etapa de planejamento até o fechamento de arquivo para a gráfica e, disponibilizar esse material no laboratório do Nigráfica para que a equipe atual e até mesmo, futuros integrantes possam trabalhar nas próximas edições da revista a partir desse material, representa na verdade, uma expansão do poder e da autonomia do Núcleo já que a equipe pode continuar produzindo a revista a partir desse material.

Experimentar novas possibilidades, novas técnicas de diagramação a cada edição se configura, além de uma experiência de desenvolvimento de aptidões, um exercício de inserção de um pouco da individualidade de cada agente produtor da equipe na visualidade da publicação, possibilitando inserir nesse periódico as particularidades e identidades desses agentes. Como escreve Rudinei Kopp,

Se até nossa identidade cultural pode ser cambiante, sem um lastro crível como se acreditava até poucas décadas (ou anos), não representa uma surpresa tão grande percebermos que a indústria tem uma produção flexibilizada, pronta para se reprogramar facilmente, ou ainda, que os tão conhecidos projetos gráficos fixos não simbolizem mais a quintessência do design gráfico. (Kopp, 2009, p. 93)

Nesse sentido concorda-se com Rudinei Kopp (2009) e demais autores visto no capítulo 2 deste trabalho, que a identidade é hoje, mutável, cambiante, flexível e construída todos os dias. O design, segundo Forty (2007, p.301) é um modo de comunicar essa identidade para o mundo e que pode ser usado para “transmitir às pessoas a forma e a natureza de organizações que, de outro modo, poderiam parecer informes”. Dessa forma este trabalho torna-se um processo, assim como a construção da identidade da revista **tipo&grafia** e do próprio Nigráfica.

A identidade institucional, conforme Chaves (2006), formada pelo conjunto de todos os sentidos abstratos como princípios, objetivos e até mesmo limitações, de um ponto de vista interno à instituição deve ser construída dia a dia através de ações e objetos que possam materializar essa identidade abstrata em uma imagem institucional. A revista **tipo&grafia**, se apresenta como um meio de fazer essa identidade institucional do Nigráfica chegar até seu público externo. A publicação idealizada neste projeto de graduação deve em todas as suas edições codificar em sua estrutura uma série de significados abstratos que possam representar essa imagem institucional do Núcleo. A revista deve também ser flexível e permitir mudanças ao longo do tempo, de modo a acompanhar a identidade da equipe do Nigráfica, que conforme visto anteriormente, essa identidade vai se transformando ao longo do tempo, e dessa forma a publicação deve contemplar futuros projetos, novas pesquisas, novos integrantes e demais aspirações e objetivos a serem construídos ao longo do tempo.

REFE
RÊNCIAS
BIBLIO
GRÁ
FICAS

BONSIEPE, Gui. **Design: do Material ao Digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 2ª ed. São Paulo: EDUSP, 1998.

CARDOSO, Rafael. **Design, Cultura Material e o Fetichismo dos Objetos**. Arcos, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, 1998.

CARDOSO, Rafael (Org.). **Design Brasileiro Antes do Design**. São Paulo: CosacNaify, 2005.

CHAVES, Norberto. **La imarca corporativa: Gestión y diseño de símbolos y logotipos**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

CORRÊA, Thomaz Souto (Ed.). **A Revista no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 2000.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da língua portuguesa**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira: 1993.

FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de Jornais**. A primeira imagem e o espaço gráfico visual. São Paulo: Editora Senac, 2003.

FERREIRA, Sueli Mara Soares Pinto; TARGINO, Maria das Graças (Org.). **Mais sobre Revistas Científicas: em foco a gestão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

FINIZOLA, Fátima. **Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares**. Editora Edgard Blucher, São Paulo 2010.

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação**. Org. Rafael Cardoso. São Paulo: CosacNaify, 2007.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**. Design e Sociedade desde 1750. 1ª ed., São Paulo: CosacNaify, 2007.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **A Imagem da Palavra: retórica tipográfica na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora Novas Idéias, 2007.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **O design de periódicos científicos: qualificando a produção contemporânea**. In: Anais do 7º. Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2006, Curitiba.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LESLIE, Jeremy. **Novo Design de Revistas**. Barcelona: Editora GG, 2003.

KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. 3ª ed. Rio Grande do Sul: EDUNISC; Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MARTINUZZO, José. **Impressões Capixabas: 165 anos de jornalismo no Espírito Santo**. Vitória: Departamento de Imprensa Oficial do Espírito Santo, 2005.

NEUMEIER, Marty. **The Brand Gap, o abismo da marca: como construir a ponte entre estratégia e design**. 2ª ed. São Paulo: Porto Alegre, Bookmam, 2008.

MIRZOEFF, Nicholas. **Una introducción a la cultura visual**. Barcelona: Paidós, 2003.

OLIVEIRA, Lúcia Maciel Barbosa. **Dicionário de Direitos Humanos: Identidade Cultural**. Abril de 2010. Disponível em: <<http://www.esmpu.gov.br/dicionario/tiki-index.php?page=Identidade+cultural>>. Acesso em: 27 de Outubro de 2010.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário da Comunicação**. 5ª ed. São Paulo: Editora Campus, 2001.

RIBEIRO, Raquel Braz. **Elementos do projeto gráfico**. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://design-editorial.blogspot.com>>. Acesso em: 6 de novembro de 2010.

SANTOS, Marielle Sandalovski. **Design de notícias: uma questão holística**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação: 2005. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/>>. Acesso em 2 novembro de 2019.

SAMARA, Timothy. **Grid: Construção e Desconstrução**. São Paulo: CosacNaify, 2007.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SILVA, Adriana Costa. **Branding & Design: Identidade do Varejo**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: O Planejamento Visual gráfico na Comunicação Impressa**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

SILVA, Tarcízio Roberto da. **Diagramando Revistas Culturais: Reflexões sobre a Revista Fraude**. Monografia, conclusão de curso de graduação em Produção em Comunicação e Cultura. Bahia, Salvador, 2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO. **Portal da Ufes**. Vitória, 2009. Disponível em: <<http://portal.ufes.br>>. Acesso em: 26 de outubro 2010.

GLO

SSÁ

RIO

Artigo: (jn) Texto jornalístico interpretativo e opinativo, mais ou menos extenso, que desenvolve uma ideia ou comenta um assunto a partir de uma determinada fundamentação. Geralmente assinado, o artigo difere do editorial por não resen-
tar enfaticamente, como este, uma “receita” para a questão em pauta, nem re-
presentar necessariamente a opinião da empresa jornalística. “O tom dogmático
do editorial dá lugar a uma composição analítica, que se deve pautar pela natu-
ralidade, densidade e concisão. (...) O projeto de todo artigo é a explicação de um
fato, segundo propósitos variados (informativos, interpretativos, persuasivos ou
indutivos)” (M. Sodré e M. H. Ferrari).

Anúncio: Espaço de publicidade, único elemento de conteúdo não-editorial da dia-
gramação, produzido pela equipe comercial.

Arte: O que se chama de arte em diagramação são imagens produzidas para ilus-
trar, complementar visualmente ou substituir a informação do texto. Podem ser:
Infográfico - que inclui mapas, gráficos estatísticos, sequenciais e esquemas vi-
suais; charge - desenho geralmente satírico com personagens do noticiário, sem
ter que necessariamente seguir opinião expressas em matérias relacionadas na
revista; Ilustração - todo tipo de desenho ou pintura que pode acompanhar um
texto jornalístico. A ilustração pode ser uma versão ilustrativa do texto ou uma vi-
são complementar ao texto, usando uma linguagem pictórica. - Fonte: Definição
de caracteres tipográficos para o texto, título, aberturas, legendas, etc.

Assinatura: identificação do autor de uma reportagem ou ainda de fotografias
ou de ilustrações. Também é conhecida como crédito. Normalmente é uma abre-
viação do nome do autor do texto. Raramente o nome completo é publicado. O
recurso de usar pseudônimo é cada vez mais raro.

Box: texto auxiliar que acompanha uma reportagem principal. Normalmente traz
informações que complementam o texto principal, como um perfil do personagem
enfocado na reportagem. É usado para publicar uma memória do caso ou ainda
para explicar didaticamente termos difíceis que o texto principal não tem como
evitar.

Brainstorm: (literalmente: “tempestade cerebral” em inglês) ou tempestade de
ideias, mais que uma técnica de dinâmica de grupo, é uma actividade desenvolvi-
da para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo - cria-
tividade em equipe - colocando-a a serviço de objetivos pré-determinados.

Cartola: em algumas redações no Brasil, chamada de chapéu ou antetítulo, é co-
locado acima do título principal, complementando a informação do título. Ela é a
responsável por determinar o assunto da editoria. Ex: Entrevista, Comportamen-
to, Meio-Ambiente.

Citação: dito por alguém, título extraído da matéria, olho do entrevistado (**textual**).

Colunagem: A distribuição do texto em colunas verticais de tamanho regular, espaçadas e válidas para encaixar os elementos. Atualmente, o padrão em revistas é a divisão em 3 ou 2 colunas.

Cores: Uso da cor (combinações das cores).

Entretítulo: intertítulo ou quebras - colocado no meio do texto, para dividi-lo em seções e facilitar a leitura.

Editoria: Unidade temática e/ou textual principal de um periódico.

Editorial: Artigo de fundo ou artigo destacado num periódico, geralmente com as ideias e opiniões da direção do periódico.

Fio: existe para separar elementos que, por algum motivo, podem ser confundidos.

Fotografia: em revista e jornais vêm sempre acompanhadas de legenda descritiva e do crédito para o fotógrafo.

Lead ou leading: sua função é de conduzir, comandar, manejar, e primazia. É a essência da notícia, ela obedece as seguintes respostas: [Quem, O quê, Quando, Onde, Como e Por quê]. Questão de objetividade, estabelece fala, comunicação e melhor entendimento. Palavras simples com vocabulário usual.

Legenda: texto curto que explica uma foto ou ilustração.

Lettering: Fátima Finizola, pesquisadora em tipografia, define *letterings* como "a escrita em que a forma visual, representada pelas letras e o modo pelo qual elas são formatadas e combinadas, tem uma formalidade e uma importância acima da legibilidade".

Linha de Apoio: é uma espécie de complementação, geralmente só o título não sustenta a matéria, e a linha de apoio tem função de complementar a informação do título e instigar à leitura do texto. Ela sempre está a baixo ou acima do título da matéria. Também chamada por 'subtítulo', 'sutiã' ou 'linha-fina' em algumas redações no Brasil.

Olho da Matéria: é a parte do texto grifada, citação que ajuda a entender melhor a matéria. é colocado no meio da massa de texto, entre colunas, para ressaltar trechos e substituir quebras; são muito utilizados em entrevistas.

Serifa: Na tipografia, as serifas são os pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras. As famílias tipográficas sem serifas são conhecidas como sans-serif (do francês "sem serifa"), também chamadas grotescas (de francês grotesque ou do alemão grotesk). A classificação dos tipos em serifados e não-serifados é considerado o principal sistema de diferenciação de letras.

Texto: O chamado "corpo de texto" é o tipo em que será impresso o conteúdo principal da Revista (matérias, colunas, artigos, editoriais, cartas etc.). A massa de texto costuma preencher mais da metade de toda a mancha gráfica da revista e deve ser delimitada (rodeada) pelos outros elementos. Um formato comum para o corpo de texto em revistas é tipo sem serifa, com corpo (tamanho) 9 pontos.

Título: o título estimula a leitura do texto, além de eleger o que é mais importante.

ANEXO

1

ANEXO 1. Questionário Google Docs

1 - Qual seu período? Que período você está cursando no semestre 2011/1

- 1° - 3°
- 4° - 6°
- 7° em diante

2 - Já tinha ouvido falar e/ou conhecia o Nigráfica? Nigráfica - Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba.

- Sim
- Não
- Já ouvi falar mas não sabia do que se tratava
- "Tô nem aí" para grupos de pesquisa

3 - Cite o nome de uma revista de design ou área afim que você gosta, lê ou assina. Pode ser qualquer revista, desde aquelas de técnicas de softwares às consagradas mundialmente.

4 - Numa escala de 1 a 5, como você avalia a relevância do conteúdo da revista tipo&grafia? Considere 1 sendo pouco relevante e 5 muito relevante.

1 2 3 4 5

-
- -
 -
 -
 -
-

5 - Numa escala de 1 a 5, avalie como o projeto gráfico da revista contribuiu para caracterizá-la como uma revista acadêmica. Considere 1 como o projeto gráfico nada influenciou e 5 como o projeto gráfico ajudou bastante

1 2 3 4 5

-
- -
 -
 -
 -
-

6 - O que lhe faria continuar lendo as próximas edições da tipo&grafia? Você pode marcar mais de uma opção.

- O conteúdo, gostei bastante
- Só por curiosidade mesmo
- Se forem bonitinhas, posso até tentar ler
- Quero me manter informado(a) sobre as atividades desenvolvidas no meu curso
- Tenho interesse em ler a próxima
- Quero ler a próxima edição, mas precisa melhorar muito
- Não gostei dessa e não pretendo ler a próxima
- Outro:

7 - Se você pudesse participar da edição da tipo&grafia #2, o que você mudaria na revista? Sinta-se à vontade em sugerir qualquer mudança que possa melhorar a revista, você pode marcar mais de uma opção.

- Colocaria mais artigos
- Tornaria os textos menos formais
- Faria outro projeto gráfico
- Melhoraria algumas coisas no projeto gráfico atual
- Não tenho interesse em participar nem em ler a próxima
- Não tenho interesse em participar mas quero ler a próxima
- Outro:

Enviar

Tecnologia Google Docs

ANEXO

2

Guia de Uso do Projeto Grájetto da revista tipo&grafia:

http://issuu.com/bolotas/docs/guiadeuso_tipografia

ANEXO

3

Edição nº 1 da revista tipo&grafia:

<http://issuu.com/bolotas/docs/tipografia1>



FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESPÍRITO SANTO



NÚCLEO IDENTIDADE GRÁFICA CAPIXABA



Administração Central
Pró-Reitoria de Extensão

Centro de Artes
Departamento de Desenho Industrial

Este Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado em cumprimento às exigências da disciplina de Projeto de Graduação II no período 2011/1 para obtenção do título de Bacharel em Desenho Industrial - Programação Visual sob orientação da Prof^a Dr^a. Heliana Pacheco, contou com apoio do Núcleo de Identidade Gráfica Capixaba (Nigráfica), Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo (Fapes) Pró-Reitoria de Extensão (Proex) dentre outros discentes e docentes desta Universidade a quem sou extremamente grata.

Maiores informações
www.juuz.com.br/jucolli
ju.collitonini@gmail.com

O texto deste Projeto de Graduação foi composto com a família tipográfica Titillium que pode ser baixada gratuitamente através do site www.campivivivi.net/

Os papéis usados no miolo foram o Sulfite 75g/m² e Canson Color 120g/m² nas aberturas de capítulo. A capa foi impressa em Papel Adesivo com laminação fosca jateada e o acabamento deste exemplar foi feito pela Copy Express. A imagem da capa deste trabalho foi editada à partir da ilustração original da capa da revista *Vida Capixaba*, edição n^o 161 de 7 de fevereiro de 1929.

