

Projeto de Conclusão de Curso

Projeto gráfico editorial
desenvolvido com a
metodologia de Bruce
Archer.

Orientador:
Dr. Richard Perassi
Luiz de Souza

PROJETO GRÁFICO EDITORIAL DE UMA REVISTA CULTURAL CATARINENSE COM FOCO EM DESIGN

Eduardo João Costa Porath



Universidade Federal de Santa Catarina
Curso de Graduação em Design

Eduardo João Costa Porath

**Projeto gráfico editorial de uma revista cultural
catarinense com foco em Design**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau de
em Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Richard Perassi
Luiz de Souza

Florianópolis - SC
2016

através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Porath, Eduardo João Costa

Projeto gráfico editorial de uma revista cultural
catarinense com foco em Design / Eduardo João Costa Porath
; orientador, Richard Perassi Luiz de Souza -
Florianópolis, SC, 2016.

130 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão. Graduação em Design.

Inclui referências

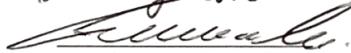
1. Design. I. Perassi Luiz de Souza, Richard. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Design. III. Título.

Eduardo João Costa Porath

Projeto gráfico editorial de uma revista cultural catarinense com foco em Design

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 12 de Julho de 2016.



Prof. Luciano Castro, Dr.
Coordenador do Curso

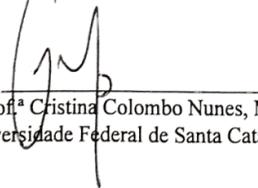
Banca Examinadora:



Prof. Richard Perassi Luiz de Souza, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Luciano Castro, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.ª Cristina Colombo Nunes, M.ª
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos meus amigos e aos meus queridos pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, que são responsáveis pela minha educação. Completei minha graduação apenas por causa do esforço da minha família, obrigado pai e mãe!

Não posso deixar de agradecer ao corpo docente da UFSC, em especial ao Prof. Dr. Luciano Castro, que me auxiliou muito em minha formação extra classe. Agradeço também ao meu orientador Prof. Dr. Richard Perassi Luiz de Souza, foi de grande importância a sua mentoria para o desenvolvimento do meu projeto de conclusão de curso.

Por último, e não menos importante, agradeço a todos meus amigos e familiares que me apoiaram em algum momento. Tenho orgulho das amizades que fiz na UFSC.

Muito obrigado a todos.

RESUMO

O objetivo deste estudo é desenvolver o projeto gráfico editorial de uma revista cultural catarinense com foco em Design de natureza impressa. Para cumprir tal objetivo, optou-se pela metodologia de Bruce Archer, a qual se caracteriza por três etapas bem distintas: fase analítica, criativa e executiva. O resultado deste projeto é um protótipo de um projeto gráfico editorial.

Palavras-chave: Design. Gráfico. Editorial. Revista.

ABSTRACT

This project is aimed to develop the editorial graphic design project of a cultural magazine from Santa Catarina focused on Design. To reach this goal, the Bruce Archer's methodology was chosen, which is characterized by three distinct phases: analytical, creative and executive. The result of this project is a prototype of an editorial graphic design.

Keywords: Design. Graphic. Editorial. Magazine.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Capa da revista Tam nas nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 2: Páginas 20 e 21 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 3: Página 97 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 4: Páginas 42 e 43 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 5: Páginas 70 e 71 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 6: Página 76 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 7: Páginas 68 e 69 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Figura 8: Capa da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 9: Páginas 6 e 7 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 10: Páginas 10 e 11 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 11: Páginas 32 e 33 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 12: Páginas 22 e 23 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 13: Página 50 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Figura 14: Capa da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 15: Páginas 66 e 67 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 16: Páginas 70 e 71 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 17: Páginas 72 e 73 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 18: Páginas 6 e 7 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 19: Páginas 16 e 17 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 20: Páginas 22 e 23 da revista ARC Design, edição nº. 80

Figura 21: Painel semântico

Figura 22 – Bandeira oficial do estado de Santa Catarina
Figura 23 – Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina
Figura 24 – Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina
Figura 25 – Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina
Figura 26 – Técnica construtiva enxaimel e charrete típica germânica em Pomerode, Santa Catarina
Figura 27 – Descrição dos trajes típicos germânicos para a Festa Pomerana
Figura 28 – Aplicação da marca gráfica da Oktoberfest 2015, de Blumenau, Santa Catarina
Figura 29 – Apresentação de coral na Festitália, em Blumenau, Santa Catarina
Figura 30 – Elementos da comida italiana, comum em Santa Catarina
Figura 31 – Arquitetura açoriana no bairro Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina
Figura 32 – Festa açoriana no bairro Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina
Figura 33 – Renda de bilro, elemento cultural de herança açoriana
Figura 34 – Azulejos em Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina
Figura 35: Proporção da revista em relação a Reader's Digest e National Geographic.
Figura 36: Aproveitamento de papel
Figura 37: Espelho da publicação.
Figura 38: Logotipo Mutual.
Figura 39: Escala cromática da revista.
Figura 40: Família tipográfica Bebas Neue.
Figura 41: Família tipográfica Myriad Pro.
Figura 42: Proporção geométrica da revista.
Figura 43: Largura do alfabeto da fonte Myriad Pro.
Figura 44: Tabela de média de caracteres por linha (fonte: Bringhurst, 2011).
Figura 45: Diagrama de duas colunas.
Figura 46: Diagrama de uma coluna.
Figura 47: Relações proporcionais da página.
Figura 48: Anatomia da página, versão verde.

Figura 49: Anatomia da página, versão vermelho.

Figura 50: Elemento gráfico da vinheta.

Figura 51: Anatomia da editoria Arte.

Figura 52: Anatomia da editoria Design.

Figura 53: Anatomia da editoria Fotografia.

Figura 54: Capa da revista Mutual, edição 1.

Figura 55: Expediente da revista Mutual, edição 1.

Figura 56: Espaço para publicidade na revista Mutual, edição 1.

Figura 57: Editorial da revista Mutual, edição 1.

Figura 58: Sumário da revista Mutual, edição 1.

Figura 59: Páginas 12 e 13 da revista Mutual, edição 1.

Figura 60: Páginas 14 e 15 da revista Mutual, edição 1.

Figura 61: Páginas 15 e 16 da revista Mutual, edição 1.

Figura 62: Páginas 18 e 19 da revista Mutual, edição 1.

Figura 63: Páginas 20 e 21 da revista Mutual, edição 1.

Figura 64: Páginas 22 e 23 da revista Mutual, edição 1.

Figura 65: Páginas 24 e 25 da revista Mutual, edição 1.

Figura 66: Páginas 26 e 27 da revista Mutual, edição 1.

Figura 67: Páginas 28 e 29 da revista Mutual, edição 1.

Figura 68: Páginas 30 e 31 da revista Mutual, edição 1.

Figura 69: Páginas 32 e 33 da revista Mutual, edição 1.

Figura 70: Páginas 34 e 35 da revista Mutual, edição 1.

Figura 71: Páginas 36 e 37 da revista Mutual, edição 1.

Figura 72: Imposição de páginas no Adobe Indesign CC.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

FCC – Fundação Catarinense de Cultura

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

PCC – Projeto de Conclusão de Curso

PDF – *Portable Document File*

RCA – *Royal College of Art*

SEITEC – Sistema Estadual de Incentivo à Cultura, ao Turismo e ao Esporte

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Especificações técnicas.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

LISTA DE QUADROS

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	25
1.1 Pergunta de Projeto	25
1.2 Contexto Geral	25
1.3 Objetivos	26
1.3.1 Objetivo Geral	26
1.3.2 Objetivos Específicos	26
1.4 Justificativa	26
1.5 Metodologia Projetual	27
1.5.1 Fase Analítica	27
1.5.1.1 Briefing	27
1.5.1.2 Análise de similares	28
1.5.1.3 Conceito editorial e estratégias de Design	28
1.5.2 Fase Criativa	28
1.5.2.1 Espelho da publicação	28
1.5.2.2 Estruturação gráfica / Anatomia das páginas	29
1.5.3 Fase Executiva	29
1.5.3.1 Diagramação	29
1.5.3.2 Materialização	29
1.6 Delimitação do Projeto	29
2. DIAGNÓSTICO	30
2.1 O que é uma revista gráfica de cultura	30

2.2 A cultura midiática	33
2.3 A produção cultural catarinense no contexto da cultura global	34
3. DESENVOLVIMENTO	35
3.1 FASE ANALÍTICA	35
3.1.1 Briefing	35
3.1.1.1 O que é o projeto	35
3.1.1.2 Função/Objetivo	36
3.1.1.3 Público-alvo	36
3.1.1.3.1 Breve panorama da cultura do estado de Santa Catarina	36
3.1.2.3.2 Considerações Técnicas	38
3.1.2.3.3 Editorias	38
3.1.2 Análise de Similares	39
3.1.3 Conceito editorial e estratégias de Design	58
3.1.3.1 Painel Semântico: Elementos visuais da cultura catarinense	58
3.1.3.2 Estratégias de Design	68
3.2. FASE CRIATIVA	72
3.2.1 Espelho da publicação	73
3.2.2 Estrutura gráfica	74
3.2.2.1 Marca	74
3.2.2.2 Cores	75
3.2.2.3 Tipografia	76
3.2.2.4 Diagrama	79
3.2.2.5 Anatomia das páginas	84

3.3. FASE EXECUTIVA	91
3.3.1 Diagramação	91
3.3.2 Materialização	105
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	108
5. REFERÊNCIAS	109

1. INTRODUÇÃO

1.1 Pergunta de Projeto

Como o projeto gráfico-editorial de uma revista dedicada aos assuntos de Design pode também expressar aspectos regionalistas?

1.2 Contexto Geral

"Design pode ser arte. Design pode ser estética. Design é muito simples, por isto é tão complicado" (RAND, 2014). A área de Design costuma ser avaliado de forma errada pela sociedade, que muitas vezes o define apenas como estética. Como muitos projetos de Design Gráfico, parte-se de uma problemática ou uma questão a fim de solucioná-la através do uso de métodos e técnicas de Design. Este projeto se baseia em um desafio comumente encontrado em projetos gráfico editoriais.

A problemática, a questão a ser resolvida neste projeto, surgiu através de uma observação do cenário catarinense de Design, o qual carece de materiais próprios para serem utilizados como referência. Desta forma, profissionais da indústria criativa costumam buscar referências em publicações e trabalhos de profissionais de fora do estado ou do país.

O objetivo é desenvolver um projeto gráfico editorial de uma revista cultural com uma abordagem de assuntos de Design, que tem a finalidade de auxiliar os profissionais desta área no estado de Santa Catarina, atuando como um recurso de pesquisa e inspiração. O maior desafio do projeto encontrar solução para expressar o caráter regionalista catarinense em um projeto gráfico editorial de uma revista sobre cultura.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Desenvolver um projeto gráfico editorial de uma revista impressa destinada a conteúdos culturais com foco em Design que expressa a identificação catarinense.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Reunir recursos para expressar graficamente a identificação catarinense;
- Identificar revistas culturais com foco em Design com projetos eficientes;
- Reunir recursos técnicos e metodológicos para o desenvolvimento do projeto previsto.

1.4 Justificativa

Este projeto se mostra relevante devido à sua complexidade ao reunir métodos, técnicas e elementos de Design em um único projeto gráfico editorial, o qual tem como objetivo expressar a identificação catarinense. Este objetivo reforça a importância do Design no desenvolvimento de revistas ou projetos gráfico editoriais em geral, pois a definição de conceitos pré estabelecidos gera uma gama de possibilidades de estratégias de identidade visual mais consistentes do que quando se parte de um simples projeto, buscando apenas organizar e apresentar informações visando apenas aspectos estéticos. Esta abordagem favorece a valorização profissional do designer no mercado de trabalho.

1.5 Metodologia Projetual

Segundo Munari (2000), metodologia de projeto é um conjunto de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, que nos leva de forma confiável e segura à solução de um problema. Para o desenvolvimento deste projeto foi determinado o uso da metodologia projetual de Leonard Bruce Archer. De acordo com o jornal britânico *The Guardian* (2005), Bruce Archer era engenheiro e veio a se tornar professor de Pesquisa em Design no *Royal College of Art* (RCA) em Londres no ano de 1961. Foi através de seus estudos no âmbito de Design e engenharia que ele encontrou a necessidade de haver métodos sistemáticos para auxiliar projetos de Design.

Este método proposto por Bruce Archer apresenta etapas onde se torna fundamentais diferentes abordagens. De acordo com Van Der Linden, Lacerda e Aguiar (2010), na primeira etapa, a analítica, são exigidas observação sistemática e raciocínio indutivo; já na segunda etapa, a criativa, espera-se uma avaliação subjetiva e raciocínio dedutivo.

A metodologia de Bruce Archer é de caráter linear, dividida em três fases distintas: analítica, criativa e executiva.

1.5.1 Fase Analítica

1.5.1.1 Briefing

Etapa inicial do projeto, onde há a recompilação dos dados do projeto e a sua respectiva ordenação, os quais devem contemplar todas as informações objetivas e subjetivas. Busca-se, neste momento, coletar ou definir informações as quais irão auxiliar o desenvolvimento do projeto. Através de um briefing bem feito é possível levantar os dados essenciais capazes de suportar dúvidas que o desenvolver possa vir a ter durante o desenvolvimento do projeto, evitando que o resultado final seja diferente do esperado pelo cliente. O resultado do briefing deve ser o esclarecimento do objetivo do projeto, além de dados como conceitos,

público alvo, concorrência, estratégias, prazos, limitantes e condicionantes do projeto.

1.5.1.2 Análise de similares

Levantamento e estudo de produtos ou serviços similares ao qual será desenvolvido o projeto. Através desta pesquisa, visa-se conhecer o contexto ao qual o projeto será inserido, definindo elementos condicionantes.

1.5.1.3 Conceito editorial e estratégias de Design

Na última etapa da fase analítica, busca-se utilizar de técnicas de Design para definir o conceito do projeto e definir as estratégias que o designer irá explorar e como ele irá cumprir com o objetivo definido no briefing. Para a definição de conceito, utiliza-se de técnicas criativas, como o brainstorming. Dependendo da situação do projeto, pode-se ainda aplicar uma análise "*SWOT*" visando encontrar forças internas e externas ao projeto para fortalecer as estratégias a serem utilizadas.

1.5.2 Fase Criativa

1.5.1 Espelho da publicação

Aqui começa de fato o desenvolvimento gráfico editorial do projeto. As conexões e implicações dos conteúdos da publicação serão analisadas nesta etapa, a fim de definir a posição de cada assunto na revista. Após definida a ordenação, parte-se para a formulação das ideias diretoras, as quais tendem a basear todo o resto da estruturação gráfica do projeto.

1.5.2 Estruturação gráfica / Anatomia das páginas

Após definidas as ideias diretoras, começa-se a estruturação gráfica, a fim de estabelecer a anatomia das páginas, etapa a qual compreende a escolha dos elementos a serem aplicados, posicionamento dos elementos gráfico, assim como sua ordenação e outras características.

1.5.3 Fase Executiva

1.5.3.1 Diagramação

Há, nesta etapa final do projeto, a execução de todos os estudos anteriormente feitos. Ao diagramar um projeto, passa-se por pequenas etapas, como a valorização crítica das ideias definidas anteriormente, o ajuste das ideias e o desenvolvimento do projeto propriamente dito.

1.5.3.2 Materialização

Por fim, com a diagramação do projeto finalizada, parte-se para a etapa na qual se busca tornar o projeto impresso. Para isso, há o fechamento dos arquivos para deixá-los prontos para a sua reprodução. Antes de enviar para a impressão, desenvolve-se um protótipo final, a fim de avaliar se não houve nenhuma falha no projeto. A última fase do projeto é a definição das especificações do projeto, com o intuito de que não haja nenhuma modificação por outro profissional que poderá vir a ter contato com o projeto.

1.6 Delimitação do Projeto

Este projeto se delimita a partir do desenvolvimento de um projeto gráfico editorial de uma revista sobre a produção cultural catarinense. A abordagem deste Projeto de Conclusão de Curso (PCC)

aborda a produção de uma revista híbrida, a qual tem a finalidade de se tornar impressa mas ao mesmo tempo ser disponibilizada online.

O projeto prevê a apropriação de conteúdo já existente para a revista, já que o foco busca compreender apenas aspectos relacionados a Design. Desta forma, serão utilizadas matérias de design e cultura já escritas para compor as áreas textuais da revista.

Como resultado final, um protótipo da revista será impresso a fim de tornar mais real e precisa a avaliação técnica do projeto.

2. DIAGNÓSTICO

2.1 O que é uma revista gráfica de cultura

Considera-se revista uma publicação periódica que se caracteriza por uma determinada natureza, como por exemplo, jornalística, informativa, entretenimento, entre outras. Uma das características das revistas, independentemente da sua natureza, é que o tempo de leitura do usuário é normalmente menor do que em comparação à outros tipos de publicações, como os livros. Isto se dá pelo fato de que os usuários costumam se interessar por alguma matéria ou artigo especificamente, e não estender sua leitura para toda a publicação.

Conforme a sua natureza, a revista exerce determinadas funções em seu público consumidor. Uma revista de entretenimento, por exemplo, atua como uma opção para que as pessoas possam relaxar e se distrair; uma revista jornalística visa atender à comunicação de fatos; assim como uma revista informativa busca oferecer conteúdo intelectual para seu público.

Para atender as diversas necessidades do público consumidor deste tipo de publicação, é fundamental que haja um estudo prévio para o desenvolvimento de um projeto gráfico editorial adequado.

Jacek Utko, designer de um jornal polonês, em uma palestra da conferência Ted Talk, apresentou um dilema dos tempos modernos: com tantos dispositivos móveis de fácil acesso, informação disponível para todos, há um modo de salvar os jornais através do Design?

Há pessoas que defendem que os jornais sejam gratuitos, sejam menores, sejam mais voltados para transmitir opiniões ao invés de fatos. São diversas as sugestões para tentar salvar a existência dos jornais em meio a tantos veículos de comunicação. Utoko cita que um dia, em Londres, ele assistiu um espetáculo do *Cirque du Soleil*, e que ali ele encontrou inspiração para transformar a realidade dos jornais de hoje em dia.

Um grupo de artistas conseguiu transformar um espetáculo circense muito comum no mundo inteiro em um espetáculo completamente diferente, inovador, com um alto nível de performance artística.

Utoko passou a projetar jornais através de uma perspectiva diferente, buscando contar sua visão das notícias através de um projeto gráfico. Utilizando elementos pouco explorados de tipografia, cores e formas nos jornais, ele conseguiu transformar um projeto que antes era desconectado, apenas composto por várias páginas isoladas em uma peça única, uma composição, assim como uma música.

De acordo com Utoko (2009), a música tem um ritmo, tem altos e baixos. O Design é responsável por esta experiência. Folhear as páginas é a experiência dos leitores, e eu sou o responsável por esta experiência.

Projetos gráfico editoriais devem ser pensados desta forma, partindo de uma problemática, definindo estratégias e objetivos para a sua execução. Peter Phillips (2008), em seu livro "*Briefing - a gestão do projeto de Design*", cita um ditado o qual se aplica à projetos de Design: se você não sabe para onde vai, você não sabe quando chegou.. Se não houver objetivos para um projeto, nunca se saberá quando, como ou para onde direcionar as estratégias.

Estes projetos gráfico editoriais se apresentam de duas formas, na natureza digital ou impressa. Os produtos gráfico editoriais de finalidade digital são desenvolvidos para a utilização em dispositivos eletrônicos como smartphones, tablets, computadores, entre outros. Projetos gráfico editoriais para dispositivos móveis tem se tornado cada dia mais comum, em função do crescimento e da popularização do setor

tecnológico. São considerados digitais os produtos como os livros digitais, revistas digitais, arquivos *PDF's* interativos, entre outros. Para o desenvolvimento destes projetos, uma abordagem diferente deve ser tomada quanto ao uso da tipografia, tamanho e orientação dos elementos, entre outros aspectos técnicos de um projeto de Design. Por outro lado, os produtos gráfico editoriais impressos são os mais conhecidos pela sociedade devido à sua disponibilidade popularizada há muitos anos. Estes produtos, como o próprio nome já diz, são de natureza impressa, como por exemplo, jornais, revistas, livros, folders, entre outros.

É fundamental que haja um estudo separado para produtos digitais e impressos devido às diferenças entre seus modos de reprodução. Enquanto os digitais fazem uso de telas luminosas, sensíveis a toque e de tamanhos variados para uma mesma publicação, os impressos são aplicados em um determinado material, de um determinado tamanho, apresentando características muito diferente entre eles.

Este projeto se destina ao desenvolvimento de uma revista gráfica de natureza informativa. Há vários tipos de revistas de natureza informativa, como por exemplo, as que tratam de assuntos puramente acadêmicos, as de assuntos científicos, assuntos culturais, entre diversas outras variações.

Revistas acadêmicas, por exemplo, se caracterizam pelo uso de muito texto em decorrência do uso de artigos científicos, que são a base do seu conteúdo. Revistas científicas podem se parecer com as acadêmicas, mas quando elas não são limitadas à um público acadêmico, constuma-se fazer uso de imagens como infográficos, a fim de utilizá-lo como um elemento visual de apoio para tornar a explicação de algum assunto mais compreensível.

Revistas que abordam conteúdos voltados à cultura geral costumam apresentar, de forma equilibrada, tanto elementos textuais quanto imagéticos, já que não há a necessidade de focar em apenas uma forma de comunicação. Utilizam-se estas duas formas de representação, de maneira que uma reforça a comunicação da outra.

2.2 A cultura midiática

Roberto da Matta (1981), pesquisador e professor de Antropologia Social do Museu Nacional da Quinta da Boa Vista, exemplificou em seu artigo "*Você tem cultura?*" a divergência existente no significado da palavra cultura para a sociedade. Matta contou um fato em que ouviu uma pessoa dizer que "Maria não tinha cultura", era "ignorante dos fatos básicos da política, economia e literatura". Em uma outra ocasião, Matta conversava com alunos no museu onde trabalhava a respeito da "cultura dos índios *Apinayé* de Goiás".

Percebe-se que o conceito de cultura pode ser empregado com significados diferentes em diversos casos. Isto ocorre em função das diferentes categorias de cultura existentes na sociedade, como cultura regional, cultura folclórica, cultura acadêmica, cultura midiática, entre outras possíveis classificações.

A cultura regional se caracteriza através de elementos que evidenciam uma determinada identificação regional. Tal identificação pode ser definida através de um conjunto de aspectos, como trajes típicos que as pessoas usam em uma determinada região, através da cozinha local, de aspectos arquitetônicos ou até mesmo hábitos e comportamentos, como o léxico, a forma como uma pessoa ou um grupo fala. Isquero (1996) explica que o léxico se diferencia conforme os grupos sociais e os indivíduos, conforme a localização geográfica onde vive o falante e conforme a situação de comunicação.

Cultura folclórica, por sua vez, inspira a cultura regional, ajudando a fortalecer-lá, mas por sua vez, ela se diferencia pelo fato de abordar elementos culturais considerados antigos. Florestan Fernandes (2003), sociólogo e político brasileiro, definiu folclore como elementos culturais praticamente ultrapassados, a ciência do saber popular, a ciência da cultura tradicional dos meios populares dos países civilizados.

Por outro lado, cultura acadêmica pode ser definida por todo o material proveniente da produção de conhecimento de natureza científica. Tal cultura possui grande relevância na sociedade e em todas

as outras culturas, devido ao fato que quase todas as heranças culturais tem sido objeto de estudo científico.

Por fim, há a cultura midiática, a qual é o objeto principal deste projeto gráfico editorial. Ela se caracteriza por elementos difundidos através da mídia, ou seja, veículos de comunicação. Tais meios de comunicação se caracterizam por ser de natureza digital, como televisões, computadores, rádios; ou de natureza analógica, como as publicações impressas, expressões corporais, entre outros.

A cultura midiática engloba elementos culturais de arte, arquitetura e Design, por exemplo. Isto abrange uma gama gigante de manifestações, como música, teatro, pintura, projetos de Design, entre outras possibilidades de se comunicar através do uso de mídias.

2.3 A produção cultural catarinense no contexto da cultura global

Santa Catarina possui, devido à sua composição mista de descendentes, uma riqueza cultural imensa. O que torna a produção cultural do estado interessante é o fato de ser uma região pequena habitada por várias etnias, que juntas, influenciam a formação de uma cultura singular, diferente de qualquer outra no mundo.

Obviamente, a cultura dos países de origem da população possuem um grande impacto no modo como as pessoas agem e se expressam, mas ao mesmo tempo, a forte interação entre as diferentes etnias possibilita uma nova perspectiva no modo de manifestar.

Os descendentes alemães, por exemplo, tendem a se inspirar nas características da música alemã, mas ao compor suas versões, aplicam uma porção da influência da cultura local, mista, brasileira. Como resultado, obtém-se um repertório musical ao mesmo tempo com características germânicas e com um grande teor de originalidade por outro lado.

O mesmo caso se aplica para qualquer tipo de expressão. Desde o modo de se vestir, que se adapta em relação ao clima de onde a pessoa está inserida, e ao modo de cozinhar, que recebe tanto influências da cozinha local quando de sua descendência, por exemplo.

Em vista do potencial cultural relevante, o Governo do Estado de Santa Catarina decretou a lei nº 13.336, no dia 8 de março de 2005, regulada pela Fundação Catarinense de Cultura (FCC). Esta lei tem como objetivo a produção e a difusão cultural no estado. "Cada contribuinte pode transferir seus recursos financeiros no SEITEC, lançar sua contribuição no Livro de Registro do ICMS, a título de crédito presumido e, dessa forma, receber um crédito de até 5% do ICMS devido. Ao investir no SEITEC, a aplicação da empresa pode ser revertida para projetos tanto culturais, quando esportivos e relacionados ao turismo".

Um estado que investe em cultura propicia um cenário mercadológico positivo para a indústria criativa, a qual tem influência significativa na produção de conteúdos culturais. Por outro lado, é necessário que haja maior divulgação desta produção cultural a fim de que haja maior influência sobre o processo de criação dos elementos culturais. O investimento em construção conjunta de conteúdo cultural proporciona o fortalecimento da identificação cultural da região, abrangendo todos os âmbitos, principalmente da cultura midiática, a qual exerce influência direta sobre profissionais como artistas, designers, arquitetos, entre outros.

3. Desenvolvimento

3.1 Fase Analítica

3.1.1 Briefing

3.1.1.1 O projeto

A ideia do projeto desta revista surgiu da proposta de desenvolver uma revista para divulgar bons projetos de áreas relacionadas a produção cultural midiática catarinense.

Sua finalidade é fortalecer a identificação da cultura midiática de Santa Catarina, oferecendo suporte de pesquisa para os profissionais

da indústria criativa, além de ser um veículo de interação entre a produção regional e global, evidenciando a produção cultural do estado.

3.1.1.2 Função / Objetivo

Um ponto forte da revista é que ao incorporar conteúdo cultural na rotina de um determinado público, favorece-se o relacionamento entre os seus indivíduos, fomentando a interação entre eles como um grupo, seja apenas de interesse ou até profissional. A aproximação entre a produção intelectual das universidades com a produção profissional do mercado de trabalho potencializa o mercado criativo.

Influenciar positivamente na interação entre os criativos é a missão da revista.

3.1.1.3 Público-alvo

Seu público-alvo é composto por dois perfis de leitores. O primeiro são os estudantes universitários de cursos ligados à produção criativa, como o curso de Design, Arquitetura, Cinema, Artes, entre outros. Seu alcance se dará através de exemplares distribuídos em universidades e eventos. O outro perfil de leitor é o profissional criativo que busca referências de bons projetos para se inspirar. Este público será alcançado através da distribuição de exemplares em ambientes coworking, estúdios criativos, eventos, entre outros

3.1.1.3.1 Breve panorama da cultura do estado de Santa Catarina

De acordo com Garcia Júnior (2002), "Santa Catarina é uma região geográfica separada através de políticas discursivas regionalizadoras, um território formado por várias regiões, e ocupadas por diferentes culturas as quais foram construídas no decorrer da história do estado.

Para Moraes (2010), o mosaico cultural catarinense se representa pela afirmação de todas as etnias do estado. Cada etnia

presente no estado de Santa Catarina cumpre sua função de mostrar suas tradições, religiosidade e costumes.

Maria Bernadete Ramos Flores (1999) afirma que à medida que o governo do estado foi definindo festas oficiais para as etnias presentes, Santa Catarina começou a ganhar uma identidade do mosaico cultural mais forte. "É a festa do Pinhão, em Lages; a *Oktoberfest*, em Blumenau; a Fenarreco, em Brusque; e várias outras que divulgam no mercado nacional, e internacional, a imagem de um estado com seu produto específico - as festas étnicas" (FLORES in SEVERINO, 1999:11).

A identificação do Estado de Santa Catarina, segundo Moraes (2010), passou de um caráter homogêneo para heterogêneo, passando a ganhar relevância turística, definindo um verdadeiro mosaico cultural.

Lacerda (2003) reforçou a presença da colonização açoriana, que dominou a região litorânea do estado. "O alegado fracasso econômico da colonização luso-açoriana foi então compensado pelo heroísmo luso-brasileiro na "defesa" do litoral de Santa Catarina e, principalmente, pelo legado cultural deixado no Brasil para os catarinenses" (SAYÃO, 2004).

No entanto, a imagem vendida para o restante do Brasil foi, segundo Frotscher (1998), que o estado era um lugar de união entre os habitantes, sendo o povo decente e germânico. A mídia se apresentava muito influente, na visão de Moraes (2010), no fortalecimento identificação germânica do estado, em função da notoriedade da cidade Blumenau, vendendo-se turisticamente para o restante do país.

Ao longo de anos foi defendido, sendo Hall (2003), que o estado era representado por açorianos. Em outros momentos, afirmava-se que eram os alemães que eram definidos como representantes legítimos do povo catarinense. Buscava-se definir uma única etnia que viria a representar Santa Catarina diante do país, no entanto, esta discussão foi abandonada pelo multiculturalismo comercial.

O mosaico cultural é, então, definido pela mistura de descendentes presentes no estado. Serpa (1996) ressalta a forte presença

de italianos em Santa Catarina, além de africanos e austríacos, os quais são pouco citados nos estudos sobre a colonização desta região.

3.1.2.3.2 Considerações técnicas

Para a viabilização do projeto, a revista contará com espaços para publicidade, afim de distribuí-la gratuitamente para o público-alvo.

Pelo fato de ser uma revista cultural catarinense, busca-se expressar o caráter regionalista em sua linguagem visual.

A periodicidade da revista é quinzenal, oferecendo conteúdo atualizado para o leitor. Por outro lado, para que a revista funcione, as editorias serão utilizadas de acordo com a demanda de conteúdo da edição.

3.1.2.3.3 Editorias

A revista será composta por editorias que irão abordar alguma reportagem, algum evento ou alguma notícia relevante sobre o assunto em Santa Catarina. As editorias utilizadas em cada versão serão escolhidas sob demanda de conteúdo.

A editoria Design abordará projetos no âmbito de qualquer especialização da profissão. Em função do Design ser o foco da revista, esta editoria deverá estar presente em todas as edições da revista. Para compor a editoria, pode ser utilizado qualquer projeto relevante na área do Design Gráfico, Design de Moda, Design de Produto, Design Thinking ou qualquer outro projeto de alguma outra especialização do Design. Serão utilizados projetos como premiações de Design de catarinenses, projetos de destaque, eventos como a Bienal do Design, entre outras abordagens.

Arquitetura é outra editoria importante que compõe a revista. Busca-se desenvolver matérias sobre projetos com soluções criativas, premiações e estudos na área.

A editoria de Arte visa contribuir com projetos de arte para se inspiração dos leitores, aprofundamento sobre exposições que

acontecem em Santa Catarina e eventos de arte de relevância para a revista.

Fotografia é outra editoria de grande representação na revista, já que ela busca trazer projetos de catarinenses ou projetos desenvolvidos em Santa Catarina. A editoria Fotografia busca comunicar com matérias com pouco apelo textual, priorizando a comunicação imagética.

Cinema também é uma editoria da revista em função da sua representação na indústria criativa. A produção de vídeo oferece uma gama ampla de referências para projetos de outras áreas criativas, como referências de princípios básicos do Design: composição, equilíbrio, contraste, entre outros.

Por fim, a Música é outra editoria que busca investir no apelo visual, destacando projetos de clipes, de identidade visual e de posicionamento no ramo da música.

3.1.2 Análise de similares

Há atualmente no mercado algumas revistas que se destacam ao abordar assuntos relativos à cultura. Tais revistas cumprem com o mesmo objetivo da revista deste projeto: oferecer conteúdo para o público que busca referências, inspiração e conhecimento para projetos relacionados a Design, arquitetura ou arte.

Desta forma, utiliza-se do projeto gráfico editorial aplicado nestes casos para utilizar como referência para o projeto.

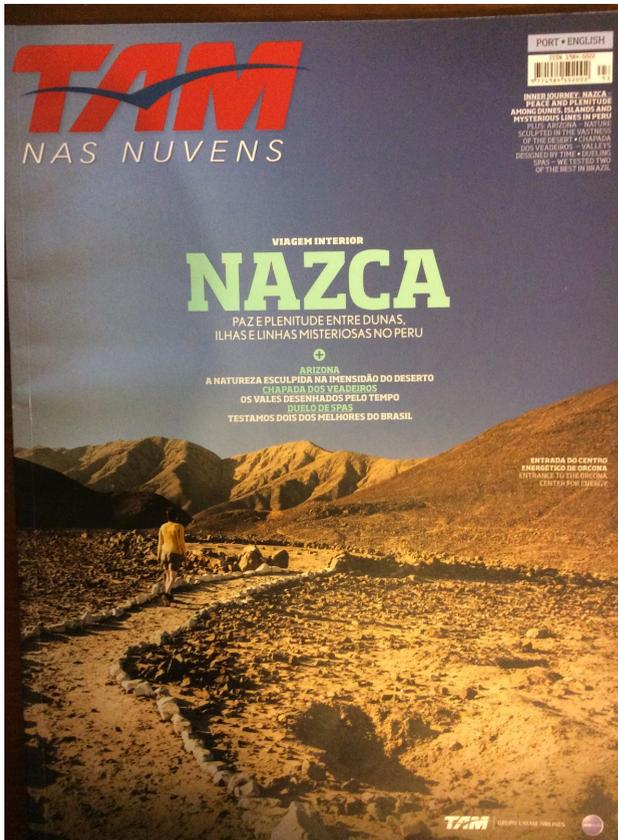


Figura 1: Capa da revista Tam nas Nuuvens, edição de Setembro de 2015

A revista Tam nas Nuuvens é focada em destinos turísticos e viagens, possuindo uma abordagem regionalista através do seu conteúdo.



Figura 2: Páginas 20 e 21 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

É uma revista de 162 páginas, divididas em apenas quatro editorias: Voo Livre, um rasante pelas novidades e tendências do Brasil e do Mundo; Tripulantes, que aborda reportagens através do ponto de vista do usuário, visando listar boas razões para viajar e dicas; Experiências, são reportagens sobre estados e países que incluem muita fotografia; e Diretório do Viajante, editoria que reúne informações úteis para o viajante, como dicas de entretenimento, cultura, rotas, aeroportos, entre outros tópicos.

Pensamento semelhante surge quando se visita o Centro Arqueológico de Cahuachi, um templo cerimonial com pirâmides nazcas. De pau-a-pique, as construções ali, algumas grandiosas, ainda estão em fase de escavação. O mesmo ocorre quando se vai conhecer Cantalloc, uma série de aquedutos em espiral, feitos de pedra. Legado da antiga civilização, são verdadeiras obras de engenharia hidráulica criadas para extrair água do lençol freático. Estão em uso até hoje, possibilitando que — vejam só — os povos contemporâneos possam irrigar o solo seco do vale e cultivar frutos cítricos, bananas e batatas.

A metafísica, por mais cético que se seja, em algum momento nos toma de supetão nesta viagem. Conosco, o mistério se deu, por ironia, no Centro Energético de Orcona, aonde muitos vão para renovar as energias, imitando os povos pré-colombianos, que atribuíam ao local poder de cura. Era um fim de tarde. E um último feixe de luz cismou de iluminar justamente o lugar onde eu havia sentado. O fotógrafo viu e começou a clicar compulsivamente. A luz, em instantes, foi embora. Ao mesmo tempo, a bateria ruiu; e o espaço do cartão de memória da câmera se esgotou. Diz ele que aquilo foi um sinal. Tínhamos tomado as imagens necessárias. Revendo os registros, tendo a concordar.

Similar thoughts arise when visiting the Cahuachi Archaeological Center, a ceremonial temple with Nazca pyramids. There are wattle-and-daub structures, some grandiose, still in the process of excavation. The case is the same when visiting Cantalloc, a series of spiral aqueducts made of stone. A legacy of the ancient civilization, they are true works of hydraulic engineering created to extract water from the groundwater table. They are in use to this day, allowing contemporary locals to irrigate the dry soil in the valley and cultivate citrus fruits, bananas and potatoes.

The metaphysics, no matter how skeptical you may be, will catch at some point or another on this journey. In our case, the mystery emerged, ironically, at the Orcona Center for Energy, where many people go to replenish their energy, imitating the pre-Columbian peoples, who attributed healing powers to the site. It was late one afternoon. And a final beam of light shone on the exact spot where I was sitting. The photographer saw it and started taking pics compulsively. The light was gone in a matter of seconds. At the same time, the battery died; and the space in the memory card ran out. He said that it was a sign. We had taken enough images. Reviewing 10+ shots, I tend to agree.



AS MONTANHAS ACIDENTADAS DE NAZCA E ARREDORES DÃO UM AR SURREAL À PAISAGEM

THE RUGGED MOUNTAINS OF NAZCA AND ITS SURROUNDINGS ADD A SURREAL TOUCH TO THE LANDSCAPE



Um dos aquedutos de Cantalloc, invenção dos nazcas para tirar água do lençol freático. One of the Cantalloc aqueducts, invented by the Nazca people to extract water from the groundwater table.

TAMNASNUVENS 97

Figura 3: Página 97 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Sua dimensão é de 27,5 centímetros de altura por 20,5 centímetros de largura fechada, medida muito próxima de uma folha A4. A sua periodicidade mensal.



Figura 4: Páginas 42 e 43 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

Fotografias que ocupam uma página inteira, ou até as duas páginas espelhadas com uma única fotografia. Há uma valorização muito grande das imagens em seu projeto gráfico, utilizando-se de muitos espaços em branco e contraste entre fundo e conteúdo.



Figura 5: Páginas 70 e 71 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

A tipografia utilizada para o texto é uma fonte tipográfica serifada de corpo de 8,5 pontos. Seus títulos não seguem um padrão em relação a tipografia e tamanho. As linhas de apoio costumam seguir o padrão de corpo de texto 8,5 pontos em caixa alta, com uma fonte sem serifa.

O diagrama da revista se baseia em duas e três colunas. No caso de duas colunas, a medida é de 6,8 centímetros cada com 0,9 centímetros de espessamento entre parágrafos; para os casos de três colunas, a medida das colunas são de 4,3 centímetros com 0,6 centímetros de espessamento entre parágrafos.

Tripulantes Ponto de partida Q Peru

As ruínas de Machu Picchu. Ao lado, mãe e filha se preparam para a subida do Monte Huayna Picchu. The ruins of Machu Picchu. Side photo: mother and daughter prepare for the climb up Huayna Picchu




Embark on your next adventure with the TAM Fidelidade Program! Spend your story fees and earn 100 Miles per point. It's all on us! pontodepartida@tamemnuvens.com.br

ANCIENT SURPRISES

SURPRESAS MILENARES

A SERVIDORA PÚBLICA SILVIA TRIBONI E SUA FILHA, VITÓRIA, VIAJARAM POR DEZ DIAS EXPLORANDO AS PAISAGENS DO PERU. PUBLIC SERVANT SILVIA TRIBONI AND HER DAUGHTER, VITÓRIA, TRAVELED FOR 10 DAYS EXPLORING THE LANDSCAPES OF PERU. EN DEPARTAMENTO A / RE: A STATEMENT TO BEATRIZ DE PAULA

MINHA VIAGEM COMEÇOU com um reencontro. Já que moro no Mato Grosso do Sul e minha filha, Vitória Triboni, na Austrália. Quando conseguimos conciliar nossas férias e viajar juntas, foi a realização de um sonho. Com os pontos acumulados no TAM Fidelidade, embarcamos rumo ao Peru.

Nossa primeira parada foi em Lima, onde ficamos hospedadas na agradável estadia de Miraflores. Como o bairro é bem localizado, fazíamos muitas coisas a pé. Um dos nossos lugares preferidos foi o Parque Kennedy, ou Parque dos Gatos, como o apelidamos, já que os bichinhos se tornaram uma atração do local. Ao redor da praça, aproveitamos os agradáveis restaurantes. Seguimos nossa viagem para Cusco, antiga capital dos incas. Visitamos inúmeros monumentos e achados arqueológicos por lá e na região conhecida como Vale Sagrado, como Sacsayhuaman, Pisac, Tambomachay, Qenko e Pukapukana. Todas essas ruínas são a prova da sabedoria dos povos do passado, que dominavam a engenharia de forma surpreendente para a época. Fiquei muito impressionada com as construções.

Mas a grande surpresa da viagem ainda estava por vir: Machu Picchu. Para aproveitar com calma, reservamos dois dias para o local. Pegamos um trem para Aguas Calientes, vilarejo que é a porta de entrada para o local. Quando finalmente avistamos o sítio arqueológico, ficamos sem ação. Caminhamos sozinhas por algumas horas, explorando as partes mais altas da antiga cidade inca. No dia

My journey began with a reencounter, since I live in Mato Grosso do Sul and my daughter, Vitória Triboni, lives in Australia. When we managed to match our vacation time and travel together, it was a dream come true. With our points accumulated in the TAM Fidelidade Program, we embarked for Peru.

Our first stop was in Lima, where we stayed in the pleasant region of Miraflores. Since the neighborhood has a great location, we did a lot on foot. One of our favorite places was Kennedy Park, or "Cat Park," as we nicknamed it, since the critters there have become an attraction. We also enjoyed the pleasant restaurants located around the plaza.

We continued our travels in Cuzco, the old capital of the Incas. We visited countless monuments and archaeological finds there and the region known as the Sacred Valley, such as Sacsayhuaman, Pisac, Tambomachay, Qenko and Pukapukana. All of these ruins are evidence of the wisdom of the peoples of the past, who mastered engineering in a way that's surprising for the time. I was really impressed by the constructions.

But the big surprise of the trip was still to come: Machu Picchu. To enjoy it with calm, we set aside two days for the locale. We took a train to Aguas Calientes, a village that's the port of entry to the attraction. When we finally saw the archaeological site, we stood motionless. We then walked alone for a few hours.

Jardins R. Pd. Jo 11 3085
Campo B R. Princes 11 5093

78 TAM NAS NUUVENS | CREW MEMBERS | STARTING POINT - PERU

Figura 6: Página 76 da revista Tam nas Nuvens, edição de Setembro de 2015

O diagrama do projeto gráfico serve como base para a diagramação da revista, mas para amenizar a rigidez que as colunas com textos justificados e imagens com um recorte retangular fornecem, há o uso de elementos como quadro de texto sobre imagens.



Figura 7: Páginas 68 e 69 da revista *Tam nas Nuvens*, edição de Setembro de 2015

Imagens em página espelhada dão a sensação de leveza em relação às páginas anteriores com conteúdo textual denso. Utiliza-se muito fotos em grande proporção em relação a página em inícios de novas matérias ou editoriais.

ARTE E DESIGN: DESIGNERS EUROPEUS PROVAM QUE NÃO É PRECISO UMA SEPARAÇÃO RADICAL

JUNHO/JULHO/AGOSTO 2010 R\$ 12,00

abcDesign



DINDIN, GRANA, TUTU:
SIMBOLOGIA E DESIGN POR
TRÁS DO DINHEIRO

METODOLOGIA,
FELICIDADE E BRASIL.
COISAS QUE APRENDEMOS COM

Stefan Sagmeister

**VESTINDO
A CAMISA:**
RELEMBRE
O DESIGN
DE UNIFORMES
ICÔNICOS
DE 19 COPAS
DO MUNDO.

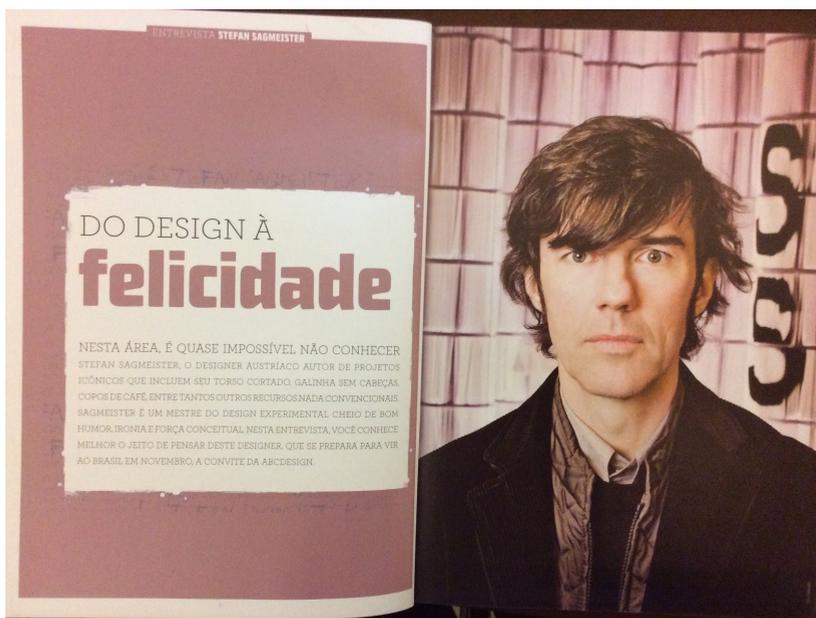
infolio



Figura 8: Capa da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

A revista *abdDesign*, por sua vez, é uma revista popular que trata sobre a temática do Design, explorando a temática através de entrevistas, matérias, colunas e cases. Sua abordagem é ampla, misturando produções nacionais e internacionais.

Ela é uma revista de periodicidade bimestral de 64 páginas de 28 centímetros de altura por 21 centímetros de largura. Há 17 editorias nesta revista, que abordam desde a interação entre revista e leitor, através da editoria Carta dos Leitores, até Entrevistas, Cases, Fator Gravados, Design e Sustentabilidade, Design em História, entre outras editorias, todas no âmbito do Design.



*Figura 9: Páginas 6 e 7 da revista *abcDesign*, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010*

Seu projeto gráfico valoriza muito as cores, definindo escalas cromáticas para cada reportagem. No exemplo da Figura 9 da reportagem do designer austríaco Stefan Sagmeister, há o predomínio

cromático tanto na cor aplicada no fundo da página quando na fotografia que acompanha o início da matéria.



Figura 10: Páginas 10 e 11 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Seu diagrama se apresenta de duas maneiras, duas e três colunas por página. Quando a diagramação é em três colunas, a sua largura é de 4,7 centímetros, com um espaçamento de parágrafos de 0,6 centímetros. Já para as páginas de duas colunas, cada uma mede 7,5 centímetros de largura com 0,5 centímetros de espessamento entre elas.

A tipografia utilizada para o texto é sem serifa, não justificada, com o corpo de texto de 8,5 pontos. As linhas de apoio tem a o mesmo corpo de texto, porém se apresentam em caixa alta com fonte serifada. Os títulos variam de especificação em cada matéria.



Figura 12: Páginas 22 e 23 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

Para textos sobre imagens com muitos detalhes, utilizam-se blocos brancos sob o texto, a fim de separar e dar legibilidade ao texto. Na Figura 12 percebe-se que não há uma regra tão rígida quanto à ordenação dos elementos no projeto gráfico. A linha de apoio, neste caso, é utilizada antes mesmo do título da reportagem.



Figura 13: Página 50 da revista abcDesign, edição de Junho, Julho e Agosto de 2010

As vinhetas são utilizadas sempre na margem superior centralizada. Por vezes, há a adaptação das cores utilizadas para incluí-la no projeto gráfico da matéria. Um exemplo deste uso é na Figura 9, no qual a cor predominante da matéria é utilizada também na vinheta.



Figura 14: Capa da revista ARC Design, edição n.º 80

Outra revista similar a este projeto é a ARC Design, que aborda temas de Design, Arquitetura, Inovação e Sustentabilidade. Esta é uma revista bimestral de 84 páginas.

É uma revista de 5 editorias, as quais abordam notícias, acontecimentos do mercado de trabalho, entrevistas e cases de projetos.



Figura 15: Páginas 66 e 67 da revista ARC Design, edição n.º 80

Seu diagrama se compõe através de 3 colunas de 5,7 centímetros com um espaçamento de 0,5 centímetro entre elas. Para o texto, utiliza-se uma fonte serifada de 9 pontos de corpo.

Nota-se a utilização de cores chapadas a fim de identificar a mudança de editoria: na Figura 15 a cor utilizada é o verde, que expressa a identidade do Brasil, tema da matéria.



Figura 16: Páginas 70 e 71 da revista ARC Design, edição n.º 80



Figura 17: Páginas 72 e 73 da revista ARC Design, edição n.º 80

Em uma outra editoria, nota-se a utilização do amarelo como cor predominante para a reportagem, avisando o leitor que a editoria mudou e a reportagem é outra.

Na editoria das Figuras 16 e 17, há o uso de três e duas colunas. A largura da coluna é de 8,9 centímetros com um espaçamento de 0,4 centímetros para o diagrama de 2 colunas. Para o entretítulo, foi utilizada uma fonte sem serifa em caixa alta com corpo de texto de 11 pontos.

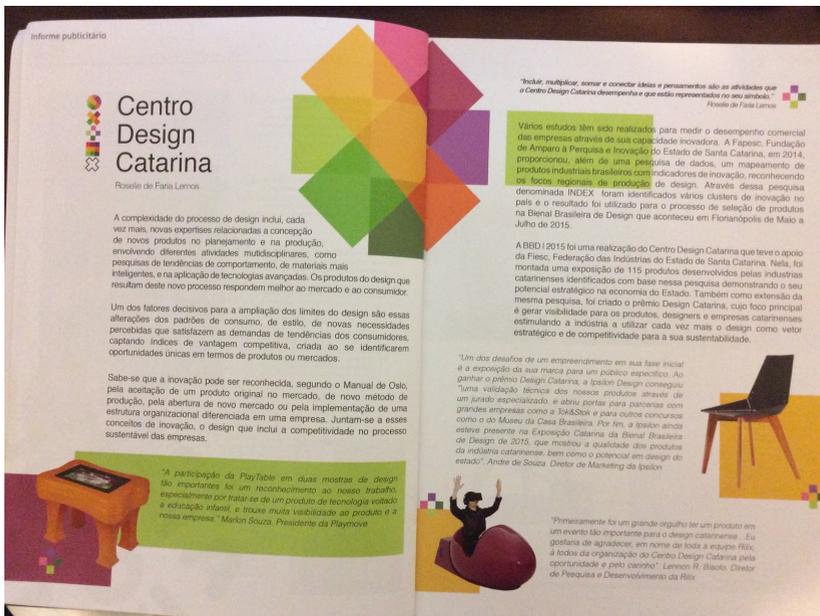


Figura 18: Páginas 6 e 7 da revista ARC Design, edição n.º 80

Nota-se o uso de blocos de cor sob o texto e algumas fotos. Estes blocos auxiliam na orientação de leitura na página, guiando o olhar do leitor para as informações mais importantes na diagramação.



Figura 19: Páginas 16 e 17 da revista ARC Design, edição n.º 80

A diagramação da revista busca explorar fontes tipográficas com muita diferença entre os títulos e o texto. Na Figura 19, a disposição das imagens favorece a composição de uma página totalmente diferente das demais, porém, respeitando o diagrama e o projeto gráfico da revista.

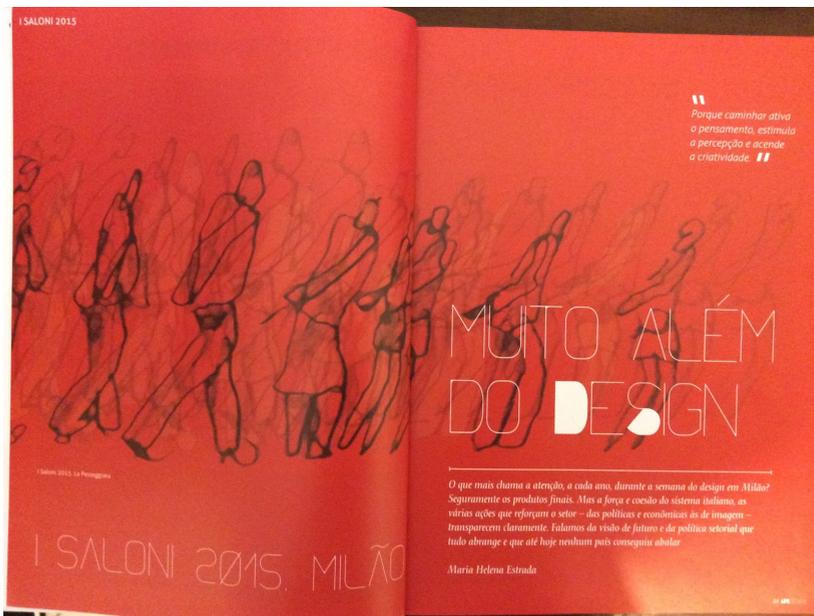


Figura 20: Páginas 22 e 23 da revista ARC Design, edição n.º. 80

3.1.3 Conceito editorial e estratégias de Design

3.1.3.1 Painel Semântico: Elementos visuais da cultura catarinense

CONCEITO EDITORIAL

PAINEL SEMÂNTICO



Figura 21: Painel semântico.

Pelo fato de Santa Catarina ser um estado multicultural, há um grande número de elementos visuais que representam a identificação deste mosaico cultural. Desta forma, busca-se encontrar os mais recorrentes, a fim de descobrir uma maneira de referenciá-los em um projeto gráfico editorial.



Figura 22: Bandeira oficial do estado de Santa Catarina.

A bandeira oficial do estado de Santa Catarina, de acordo com o site oficial do Governo, é formada por "uma estrela branca, anteposta a qual uma águia vista de frente, de asas estendidas, segurará com a garra direita uma chave e com a esquerda uma âncora, encruzando, ornando-lhe o peito um escudo com o dístico 17 de novembro escrito horizontalmente. Um ramo de trigo ao lado esquerdo e um de café ao lado direito ligados na parte inferior por um laço com as pontas flutuantes, de cor encarnada, que terá o dístico: - Estado de Santa Catarina - escrito em letras brancas circundarão a mesma águia sobre a qual se formará o barrete frígio".



Figura 23: Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina.



Figura 24: Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina.



Figura 25: Técnica construtiva enxaimel em Blumenau, Santa Catarina.



Figura 26: Técnica construtiva enxaimel e charrete típica germânica em Pomerode, Santa Catarina.

A arquitetura germânica é um elemento muito recorrente na construção da identificação cultural do estado. Uma de suas características é o uso de formas geométricas bem definidas, como por exemplo na técnica construtiva enxaimel.



Figura 27: Descrição dos trajes típicos germânicos para a Festa Pomerana.



Imagem 28: Aplicação da marca gráfica da Oktoberfest 2015, de Blumenau, Santa Catarina.

Tanto os trajes da Festa Pomerana quanto a marca da Oktoberfest utilizam as cores da bandeira do estado de Santa Catarina. Estas cores são encontradas também em elementos da cultura italiana presente no estado.



Figura 29: Apresentação de coral na Festitália, em Blumenau, Santa Catarina.



Figura 30: Elementos da comida italiana, comum em Santa Catarina.

Os trajes típicos italianos, assim como a cozinha italiana, ambos muito presentes na identificação cultural catarinense, apresentam também as cores da bandeira oficial do estado.



Figura 31: Arquitetura açoriana no bairro Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina.



Figura 32: Festa açoriana no bairro Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina.



Figura 33: Renda de bilro, elemento cultural de herança açoriana.



Figura 34: Azulejos em Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis, Santa Catarina.

A influência açoriana no estado destaca uma arquitetura muito geométrica e colorida em Santo Antônio de Lisboa, em Florianópolis. As cores são refletidas também nos trajes típicos e na decoração da Festa Açoriana, realizada também em Santo Antônio de Lisboa. Outro elemento da cultura açoriana, presente na região litorânea do estado, é a renda de bilro, produto cultural de destaque no estado, caracterizado pela produção manufaturada dos descendentes de portugueses. Outro detalhe herdado da cultura de Portugal são os famosos azulejos, encontrados espalhados pelo estado, porém, mais presentes também na região litorânea, onde há maior predominância desta etnia.

3.1.3.2 Estratégias de Design

Um dos objetivos da revista é torná-la uma fonte de leitura habitual, apresentando-se com uma leitura leve e fácil de ser carregada, a fim de estar sempre que possível ao alcance do público-alvo. Para isto, realizou-se um estudo referente ao tamanho da revista.

Há o formato mais tradicional de revistas, que se aproxima do tamanho de uma folha A4. Todas as revistas similares apresentadas no projeto possuem dimensões semelhantes.

De modo inicial, pensou-se em desenvolver uma revista de porte pequeno a fim de facilitar o seu transporte, tornando-se um elemento mais presente nas mãos e bolsas do público-alvo. Como ponto de partida, estudou-se o tamanho da revista maior revista em circulação, segundo Fátima Ali, no livro "A Arte de Editar Revistas": "*A Reader's Digest* é a maior revista do mundo em circulação. Essa é talvez a fórmula de revistas mais bem-sucedida de todos os tempos" ALI, 2009.

O ponto forte deste formato é a facilidade de carregá-la. O seu tamanho é de aproximadamente 21 centímetros de altura por 13 centímetros de largura. Seu tamanho se aproxima do de um Ipad Mini, ou de um caderno de anotações.

Seu ponto fraco, porém, é também em relação ao seu tamanho. É uma dimensão boa para revista de leitura rápida, entretanto, não favorece a valorização de imagens, já que não é possível fazer a leitura de uma imagem com o mesmo nível de detalhamento do que se tem em uma revista maior.

Para suprir as duas necessidades, a de ser prática para carregar e ter um tamanho bom para leitura, decidiu-se utilizar um formato semelhante ao da revista *National Geographic*, que tem um tamanho menor que uma folha A4 e é maior que à revista *Reader's Digest*.

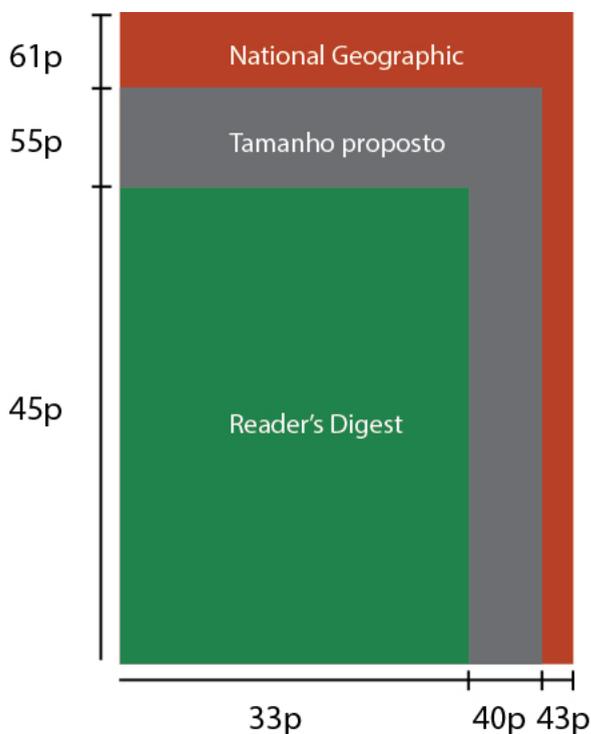


Figura 35: Proporção da revista em relação a *Reader's Digest* e *National Geographic*.

Para suprir as duas necessidades, praticidade e boa leitura de imagens, o tamanho da revista é de 55 paicas de altura por 40 paicas de largura, o que é aproximadamente 23 centímetros de altura por 17 centímetros de largura. Na Figura 35 é possível comparar o sua proporção em relação à *Reader's Digest* e a *National Geographic*.

Em relação ao aproveitamento de papel, o projeto se apresentou viável, já que há pouco espaço desperdiçado quando impresso em uma folha de papel de 96 centímetros de largura por 66 centímetros de altura, permitindo a impressão de 6 *spreads* por folha.

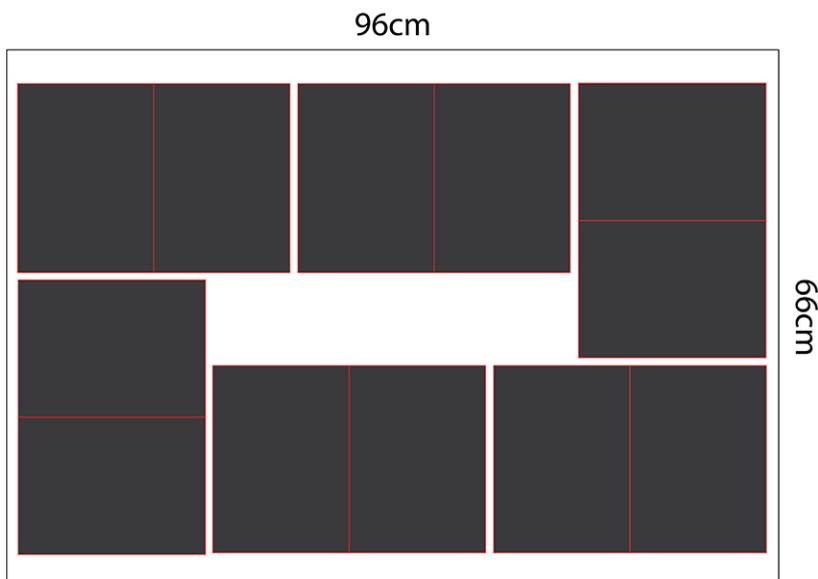


Figura 36: Aproveitamento de papel.

Segundo Ali (2009), não se aplica uma pesquisa esperando que os entrevistados irão revelar o que é o melhor para um projeto editorial. A pesquisa busca conhecer o leitor, verificar o que está certo ou errado e validar ideias. Desta forma, aplicou-se uma pesquisa a fim de validar a proposta do tamanho da revista. Esta pesquisa foi aplicada em 13

pessoas, sendo elas 8 estudantes de Design e Arquitetura, e 5 profissionais também da mesma área.

Para a pesquisa, foram oferecidas publicações com as dimensões discutidas anteriormente para que o entrevistado pudesse experimentá-las, uma próxima ao tamanho da *Reader's Digest*, outra próxima à *National Geographic* e outra com o tamanho definido para a revista deste projeto.

Antes de entregar as publicações para o teste, foi repassado o briefing do projeto, já que os entrevistados são também o público-alvo do projeto. Dos 13 entrevistados, todos demonstraram maior aceitação com o tamanho da revista deste projeto. Muitos justificaram justamente os mesmos pontos fortes e fracos levantados anteriormente.

Quatro dos entrevistados demonstraram muito interesse pelo tamanho da *Reader's Digest* para este projeto, já que é um tamanho muito fácil de carregar e fácil de manusear.

Outra estratégia de Design deste projeto foi a ideia de utilização de papel jornal como material da revista, a fim de diminuir os custos de produção e torná-la mais maleável. Um ponto fraco do uso deste tipo de papel, ou papéis reciclados, é que a qualidade das imagens impressa é menor do que em papel branco.

Durante a pesquisa aplicada para validar o tamanho da revista, foi também validada esta proposta de material. Três dos entrevistados demonstraram preferência pelo uso de papel reciclado, justificando a redução de custos e a conscientização ambiental, porém, os outros dez entrevistados justificaram que o uso de papel branco favorece a legibilidade das imagens, que é o tipo de elemento dominante em relação ao textual.

Outra estratégia para fomentar a criação do hábito de consumir esta revista periodicamente, é a disposição de um texto resumido do projeto com uma opção no final para uma leitura mais aprofundada através de um redirecionamento digital. Dos treze entrevistados, todos se mostraram positivos em relação a esta escolha, justificando que a revista cumpre seu objetivo ao comunicar o conteúdo da revista através de uma leitura rasa e superficial.

3.2 Fase Criativa

A fim de desenvolver uma identidade única para a revista, buscou-se definir o seu conceito, as suas características. Para isto, utilizou-se de uma técnica conhecida como brainstorming, termo em inglês que significa em português 'tempestade de ideias'. A técnica consiste em listar ideias sem levar em conta nenhum julgamento prévio. Como resultado, obtém-se uma série de ideias que podem ser utilizadas, e ideias a serem descartadas. Esta técnica é pautada no levantamento quantitativo de ideias. Nesta etapa, segundo Baxter (2008), "quando mais ideias, melhor".

O objetivo com o brainstorming neste projeto é definir quais são os atributos, os adjetivos que melhor descrevem o que a revista é e seu posicionamento criativo perante os problemas e objetivos levantados neste projeto. Como resultado, chegou-se aos seguintes adjetivos da revista: inspiradora, leve, regionalista, objetiva e criativa.

O conteúdo que a revista vende é algo inspirador, algo que estimula e influencia a produção criativa do leitor. Através deste conceito, busca-se cumprir o objetivo de tornar a revista um canal de inspiração.

A revista se apresenta de maneira leve, buscando manter o foco no seu conteúdo, e não na sua apresentação. A leveza pode ser expressa através de várias maneiras em um projeto gráfico, como por exemplo, através da tipografia, do contraste entre conteúdo e espaço em branco, entre outras maneiras.

Procura-se influenciar o lado emocional do leitor através da regionalidade. É através da evidencialização da produção cultural catarinense que a revista busca valorizar o profissional catarinense, a sua identidade criativa.

A revista se vende através da sua objetividade. A fim de favorecer a experiência do usuário para obter uma leitura leve, optou-se por priorizar o conteúdo da revista de maneira direta e clara.

O conceito que busca resumir todos os demais é a criatividade. Tratando-se de uma revista que tem seu público-alvo inserido na indústria criativa e aborda temáticas ligadas a criatividade, considerou-se essencial o investimento em um projeto criativo. Busca-se através disto, adotar estratégias criativas na escolha do conteúdo, na concepção da marca, no seu formato e na sua identidade visual como alternativas para caracterizá-la.

3.2.1 Espelho da Publicação



Figura 37: Espelho da publicação.

No espelho da publicação é possível ver de maneira completa a organização das editorias da revista. Optou-se pela proporção de 30 páginas de conteúdo para 10 páginas de publicidade.

A fim de criar uma ordenação clara para facilitar a leitura da revista, adotou-se sempre o uso uma publicidade entre as matérias, a fim de atuar como um elemento de quebra de continuidade.

3.2.2 Estrutura gráfica

De acordo com Ali (2009), formato gráfico "é a linguagem da revista. Uma espécie de código que o leitor reconhece e decifra rapidamente, um fio unificador, um sistema subliminar de apresentação do conteúdo. É uma estrutura, uma base fixa que estabelece padrões para colunas, espaços, tipografia, margens e distribuição dos principais elementos gráficos, a hierarquia e a sequência de leitura, seja pelo tamanho ou impacto das imagens e palavras. Isso inclui o tamanho da revista, o papel, a grade, o espelho, a tipografia, o desenho das seções dos títulos, chamadas de texto, cores, estilo de imagens e layout."

Faz-se uso do conceito criativo da revista como norteador das decisões referentes a estrutura gráfica. É através delas que a sua linguagem visual surgirá, buscando atender as necessidades do projeto.

3.2.2.1 Marca

Definitivamente, Santa Catarina é um estado multicultural. É um ponto forte na produção catarinense o fato de que várias culturas se influenciam com muita facilidade. Percebe-se, por exemplo, a descendência alemã misturada com a descendência italiana no Vale do Itajaí.

A revista almeja promover, divulgar a identidade catarinense ao se tratar da sua produção cultural midiática. A identidade cultural catarinense é marca por esta pluralidade cultural, ela se dá através de uma construção conjunta, mútua.

Mutual é o nome definido para a revista, nome que visa fazer referência a construção mútua, a mutualidade que se faz presente no Estado. O nome, por sua vez, possui força inclusive na a língua inglesa, já significa mútuo.

The image shows the word "MUTUAL" in a very bold, black, sans-serif typeface. The letters are thick and uniform in weight, with no serifs. The spacing between the letters is consistent. The word is centered horizontally and occupies most of the width of the page.

Figura 38: Logotipo Mutual.

Para a concepção do logotipo Mutual, foi utilizada a Bebas Neue, uma família tipográfica sem serifa, desenvolvida e disponibilizada gratuitamente por Ryoichi Tsunekawa.

É uma fonte projetada para a utilização tanto em plataformas digitais quanto impressas. Apresenta elegância e suavidade através das suas linhas, além de fornecer boa legibilidade.

3.2.2.2 Cores

Com o propósito de reforçar a identidade catarinense na revista, porém, mantendo a objetividade que lhe foi proposta, as cores predominantes da bandeira do Estado de Santa Catarina foram utilizadas para adquirir um pouco da identidade visual catarinense na revista.



Figura 39: Escala cromática da revista.

O verde e o vermelho são cores complementares, contrastantes. Desta forma, torna-se eficaz a sua utilização como elemento de orientação para a leitura da revista.

Para Ali (2009), "Os principais elementos que contribuem para dar unidade são a grade (número de colunas e margens); constância na tipografia, como, por exemplo, usar ao longo da revista uma única fonte que tenha uma variedade de estilos; usar a mesma fonte no logotipo e nas seções; recursos gráficos como iniciar as matérias com uma capitular; elementos repetitivos no mesmo lugar; esquema de cor, entre outros".

O esquema de cor adotado é claramente percebido nas editorias, que possuem uma ordenação através das cores do projeto. O expediente tem a cor vermelha como predominante; já o editorial da revista tem a cor verde em uso; a seguir, o sumário utiliza novamente a cor vermelha, e assim por diante até o final da revista, revezando entre as duas cores. Desta forma, ao folhear rapidamente a revista, é possível se localizar nas matérias através da mudança de cores. A primeira página de cada editoria foi posicionada em página ímpar, favorecendo a sua localização.

3.2.2.3 Tipografia

"Pensar graficamente significa convidar o leitor para adentrar nas páginas com um atrativo, provocativo e ordenado uso de fotos, tipografia e infográficos. O mais importante significa criar o senso de identidade e consistência gráfica." (GARCIA, 1987, p.21).

A fim de conceder consistência e identidade gráfica, foram determinadas duas famílias tipográficas para o projeto gráfico da revista. A primeira é a Bebas Neue, utilizada no logotipo Mutual.

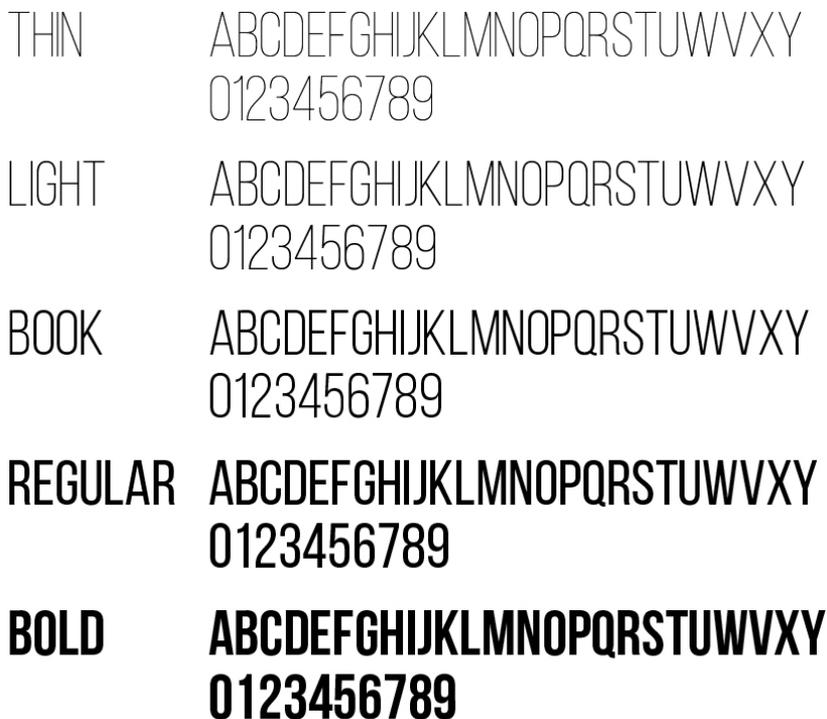


Figura 40: Família tipográfica Bebas Neue.

É uma fonte que conta apenas com a versão em caixa alta. Há cinco variações de peso nesta família: *thin*, *light*, *book*, *regular* e *bold*. Cada uma delas pode ser usada para uma determinada finalidade.

Além de ser utilizada como logotipo, esta fonte foi escolhida para ser usada em títulos devido a sua apresentação robusta, utilizando a versão *bold* com corpo de 68pt e entrelinha de 60pt.

Ela também foi adotada para o uso nas linhas de apoio. Utilizada na versão *light*, com corpo de 34pt e entrelinha de 36pt.

A outra família tipográfica determinada para o projeto foi a *Myriad Pro*, uma fonte sem serifa, desenvolvida por Robert Slimbach, Carol Twombly e a equipe da *Adobe Systems*.

Regular	abcdefghijklmnopqrstuvwxy0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0123456789
<i>Italic</i>	<i>abcdefghijklmnopqrstuvwxy0123456789</i> <i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0123456789</i>
Semibold	abcdefghijklmnopqrstuvwxy0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0123456789
Bold	abcdefghijklmnopqrstuvwxy0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ0123456789

Figura 41: Família tipográfica Myriad Pro.

É uma fonte muito conhecida, popularmente utilizada para textos, pois possui uma grande variação de pesos, que abrange desde o *light* até o *black*, assim como oferece opções de fonte condensada e estendida. Outro fator positivo desta família tipográfica é a gama de caracteres que ela oferece, apresentando-se como uma família muito completa.

Para o texto, foi utilizado corpo de 10pt e entrelinha de 12pt da fonte *Myriad Pro*.

A vinheta é composta pela fonte *Bebas Neue Bold* com corpo de 16pt e entrelinha de 19,2pt.

As legendas se caracterizam pela fonte *Myriad Pro Italic* com corpo de 9pt e entrelinha de 10,8pt.

O olho é composto pela fonte *Myriad Pro Semibold* com corpo de texto de 10pt, entrelinha de 12pt.

Para fins de validação, testes impressos foram realizados, para que a legibilidade e leiturabilidade fossem fatores norteadores da

escolha do corpo de cada elemento textual. Foram testadas diferentes fontes e corpo de texto até que se validassem as definições anteriormente citadas.

A entrelinha padrão sugerida pela fonte Myriad Pro com corpo 10pt é de 12pt. Este valor corresponde a uma paica, unidade de medida que corresponde a 4,23mm. Não houve necessidade técnica de alterar este valor.

3.2.2.4 Diagrama

Parte-se da definição do módulo para que se constitua o diagrama do projeto gráfico editorial de uma revista. Módulo são linhas verticais que perpendiculares a entrelinha. Como resultado, obtém-se um quadrado, que é a unidade de medida que servirá como base para o desenvolvimento da grade do projeto.

Segundo Castro e Perassi (2003), há a orientação para que o valor definido para a entrelinha seja o valor mínimo ou o mesmo para o módulo. Desta forma, o valor do módulo foi definido em 12pt, ou uma paica.

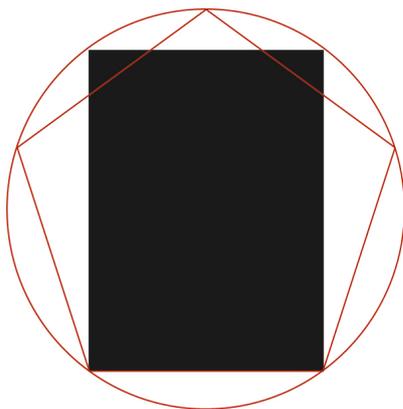


Figura 42: Proporção geométrica da revista.

Tomou-se como ponto de partida o uso de formatos geométricos para determinar a proporção da revista, utilizando um pentágono e um círculo. Como já citado anteriormente, as dimensões da revista foram definidas em paicas, assumindo o tamanho de 55 paicas de altura por 40 paicas de largura.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

———— 41,89mm ————

1pt ———— 0,35275mm

x ———— 41,89mm

x = 118,75pt

Figura 43: Largura do alfabeto da fonte Myriad Pro.

Bringhurst (2011) propôs uma tabela que partiu do estudo do número de caracteres ideal por linha para que a leitura não seja prejudicada por parágrafos muito curtos ou muito longos. A análise é feita através da medição da largura do alfabeto em caixa baixa da fonte a ser utilizada. Neste caso, a fonte Myriad Pro apresentou 41,89mm, o que corresponde a aproximadamente 118pt de largura.

MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA																		
LARGURA DA COLUNA (países)	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40		
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontos)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160	linha satisfatória
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151	linha satisfatória
	90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143	linha satisfatória
	95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137	linha satisfatória
	100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132	linha satisfatória
	105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127	linha satisfatória
	110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122	linha satisfatória
	115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117	linha satisfatória
	120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112	linha satisfatória
	125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108	linha satisfatória
	130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104	linha satisfatória
	135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	linha satisfatória
	140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97	linha satisfatória
	145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94	linha satisfatória
	150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92	linha satisfatória
	155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90	linha satisfatória
	160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87	linha satisfatória
	165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84	linha satisfatória
	170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82	linha satisfatória
	175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80	linha satisfatória
	180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78	linha satisfatória
	185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76	linha satisfatória
	190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74	linha satisfatória
	195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72	linha satisfatória
	200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70	linha satisfatória
	210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	linha satisfatória
	220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64	linha satisfatória
	230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61	linha satisfatória
	240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58	linha satisfatória
	250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56	linha satisfatória
	260	14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	49	51	54	linha satisfatória
	270	13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52	linha satisfatória
	280	13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50	linha satisfatória
	290	12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49	linha satisfatória
	300	12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47	linha satisfatória
	320	11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45	linha satisfatória
340	10	13	15	17	19	21	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	linha satisfatória	
360	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	linha ideal	

Figura 44: Tabela de média de caracteres por linha (fonte: Bringhurst, 2011).

Para a largura de 118pt, a tabela de Bringhurst (2011) sugere que a largura ideal de parágrafo seja entre 22 e 24 paicas. A largura mínima aceitável é de 16 paicas, e a máxima é de 30 paicas.

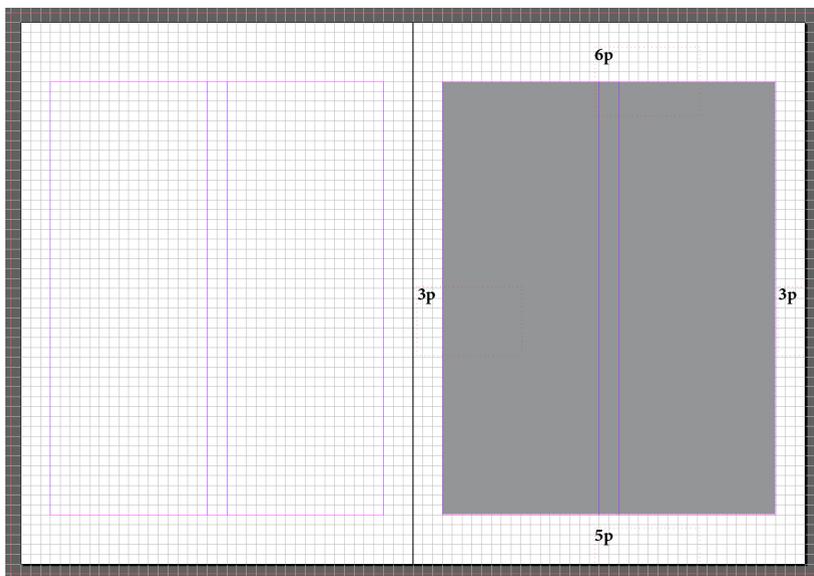


Figura 45: Diagrama de duas colunas.

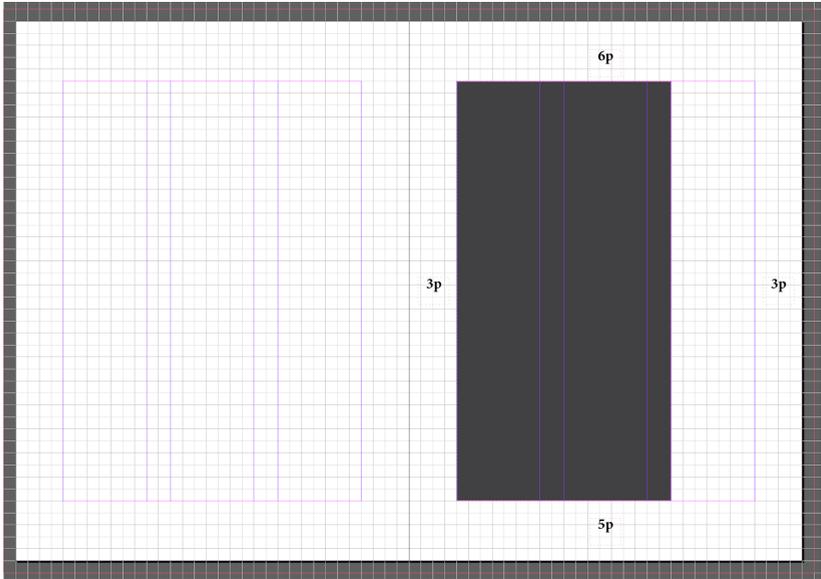


Figura 46: Diagrama de uma coluna.

Foram definidos dois diagramas para utilizar na diagramação da revista. O primeiro pode ser conferido na Figura 45, que conta com duas colunas de 16 paucas de largura com uma margem de 2 paucas. O segundo diagrama, conforme Figura 46, contém 1 coluna de 22 paucas de largura. Sua construção partiu da definição de 3 colunas, porém a largura de coluna era muito pequena, desta forma utilizou-se uma única coluna como alternativa de diagrama para o projeto.

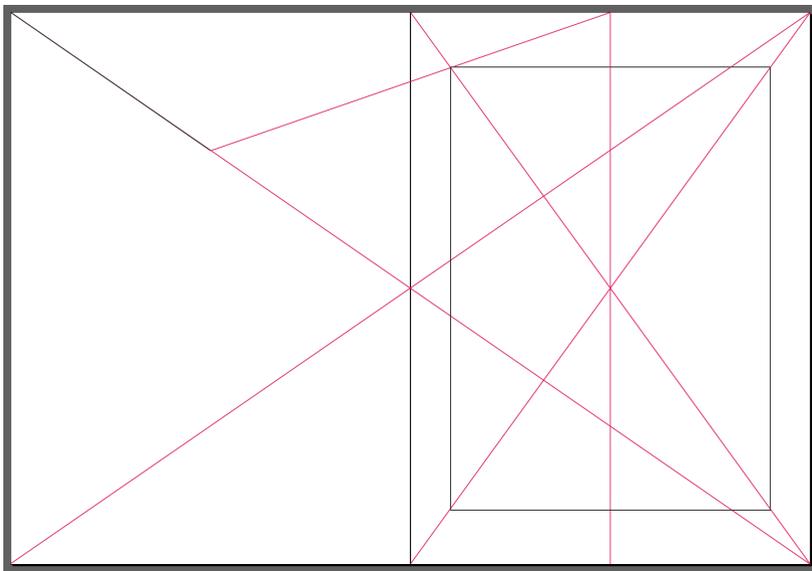


Figura 47: Relações proporcionais da página.

As margens do diagrama, apresentadas nas Figuras 45 e 46, foram obtidas a partir de relações proporcionais da página, conforme Figura 47.

Desta forma, a margem superior possui 6 paicas, a qual será utilizada para a vinheta. A margem inferior possui 5 paicas, onde será posicionada a numeração da página, além de conceber distanciamento da linha de corte. As margens interna e externa possuem ambas 3 paicas, tendo como função oferecer espaço para que o leitor segure a revista durante a leitura, e para que o conteúdo não fique tão próximo da dobra da revista.

3.2.2.5 Anatomia das páginas

Fatima Ali (2009) afirma que a principal consideração na elaboração de uma revista é a unidade visual. O leitor abre cada edição

esperando similaridade e continuidade no formato; a mudança e as surpresas ficam por conta dos temas cobertos pelas matérias".

A anatomia das páginas é responsável por guiar a leitura, indicar início e fim de editorias, entre outras funções.

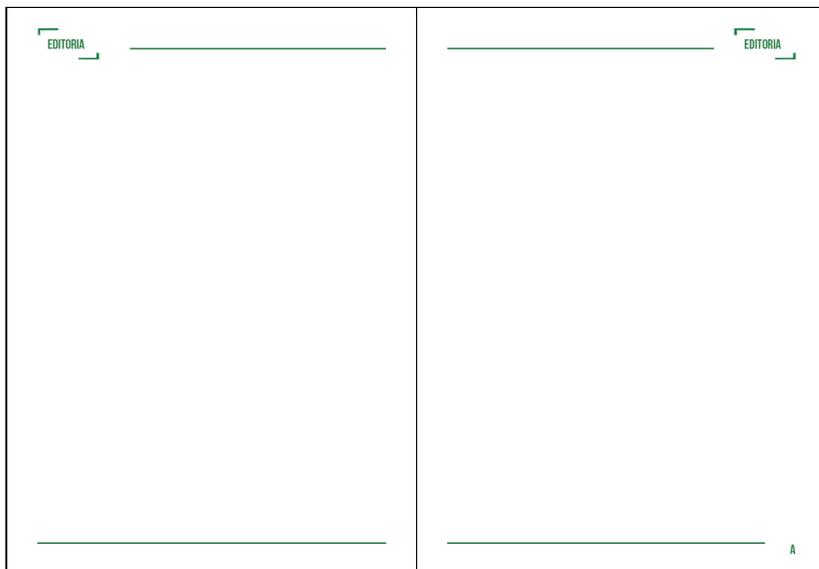


Figura 48: Anatomia da página, versão verde.

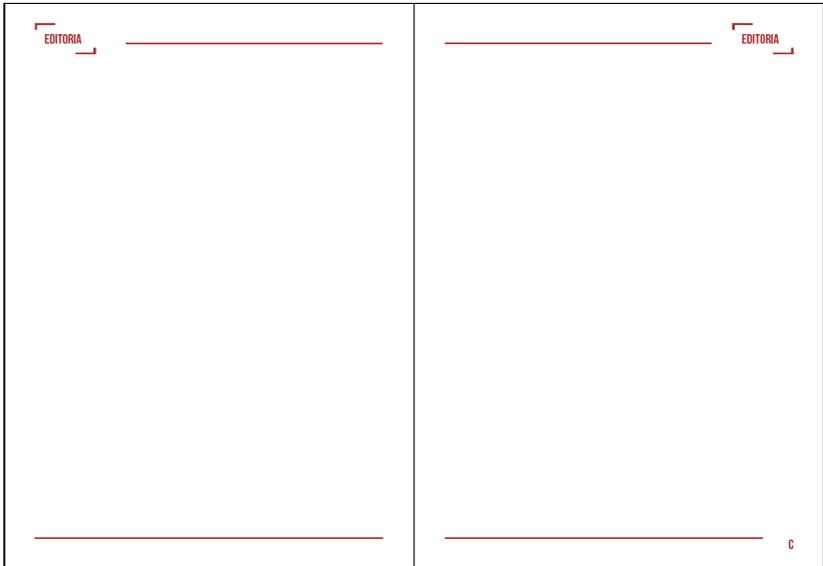


Figura 49: Anatomia da página, versão vermelho.

As páginas internas da revista são compostas por uma anatomia muito simples e objetiva. Na parte superior da página, há a presença da vinheta, indicando qual a editoria que a matéria está inserida, e sua determinada cor, a fim de orientar início e fim de cada matéria.



Figura 50: Elemento gráfico da vinheta.

A cartola é composta pelo nome da editoria com dois elementos gráficos ao seu redor. A ideia surgiu partindo do conceito de um loop, a qual faz referência a mutualidade que a revista busca instigar na produção cultural catarinense.

Os primeiros esboços e estudos da anatomia da página, e já partindo para a diagramação, foram feitos à mão, buscando obter uma visão geral de como capa editoria vai ser comportar em relação a proporção de textos e imagens, posicionamento, entre outras especificações. As imagens ACIMA 4 apresentam os esboços elaborados.

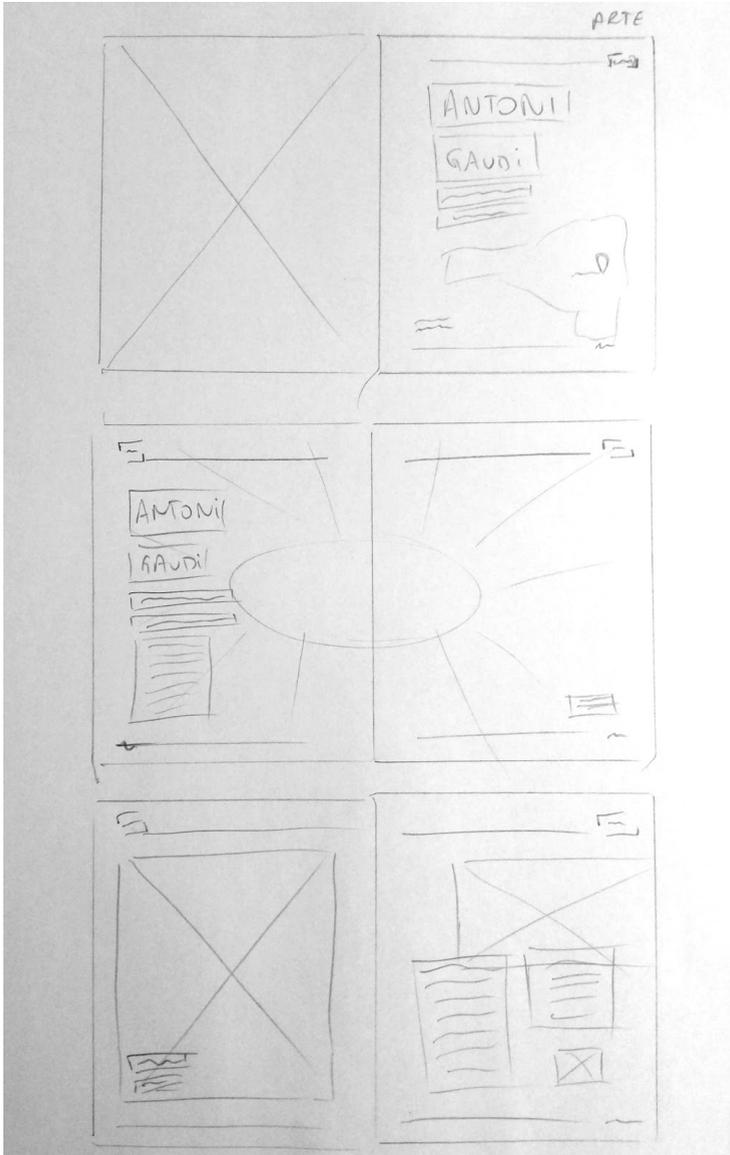


Figura 51: Anatomia da editoria Arte.

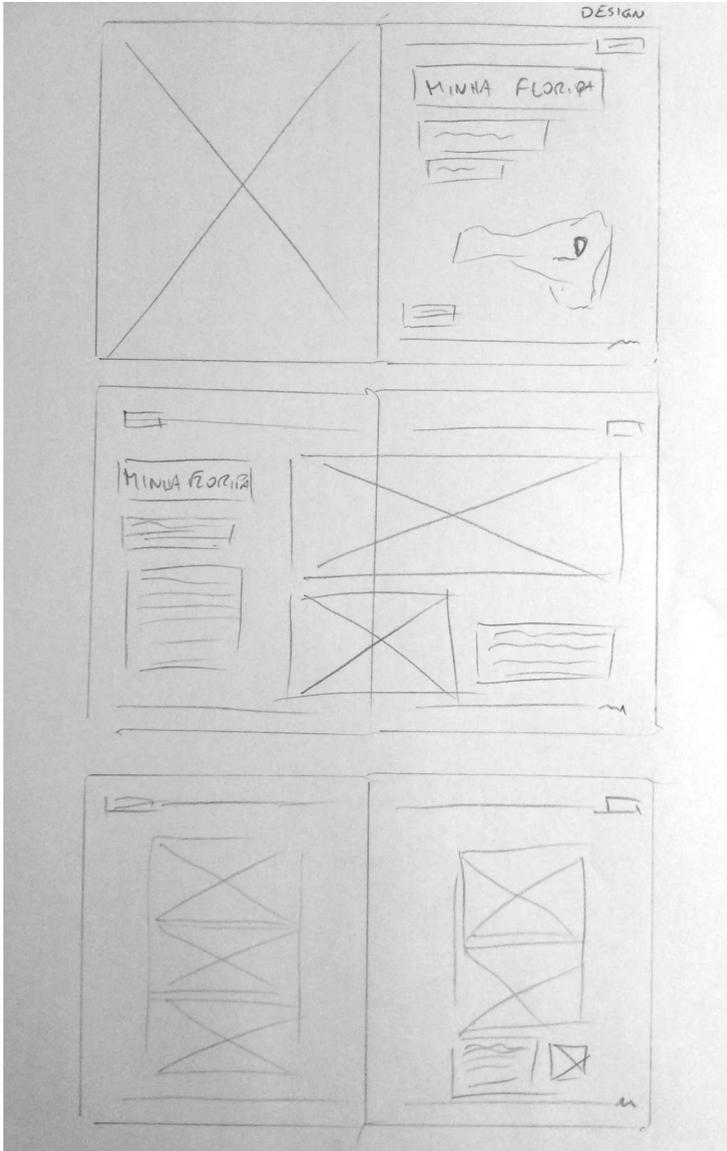


Figura 52: Anatomia da editoria Design.

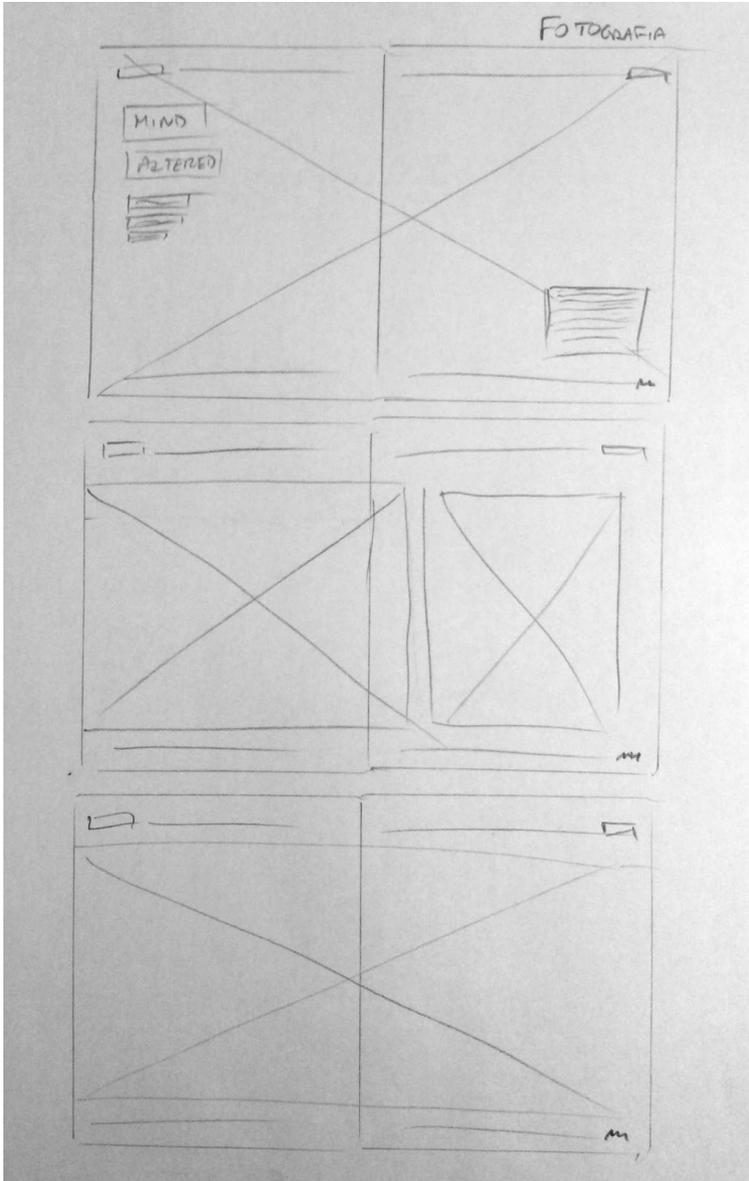


Figura 53: Anatomia da editoria Fotografia.

3.3 Fase Executiva

3.3.1 Diagramação

Fátima Ali (2009), descreve os desafios de um designer em um projeto editorial:

Para conseguir transmitir e expressar as ideias do conteúdo, é preciso manipular e equilibrar todos os componentes: mensagem, linguagem, imagens, tipografia, espaço, cor, sequência, contrastes, ordem e tudo o mais para orquestrá-los em um todo visualmente unificado e intelectualmente consistente. (ALI, Fátima, 2009).

Este é o desafio da etapa da diagramação, combinar todos os elementos e toda a pesquisa em uma revista, visando cumprir com os objetivos detalhados durante o projeto.



Figura 54: Capa da revista Mutual, edição 1.

A revista tem, como já foi citado anteriormente, um apelo maior para as imagens do que para os textos, tornando a leitura da revista mais leve em função da pouca quantidade de textos.

Optou-se por utilizar blocos de cores sólidas atrás dos textos para dar legibilidade ao texto. Tal prática faz referência ao uso de bloco de notas adesivas, como o Post-it, que é utilizado muito em processos criativos, como o brainstorming.

A decisão em optar por este estilo de apresentação textual se deu visando reforçar o conceito criatividade, apresentando um estilo próprio como identidade visual.

Nos primeiros testes, a legibilidade era afetada em função da largura dos blocos sob os textos. Porém, com o decorrer do projeto, optou-se por aumentar a largura dos blocos e fornecer um espaço em branco antes de começar cada frase, fornecendo uma área de respiro para o texto.

A capa, segundo a Figura 54, se compõe por uma imagem, seja fotografia ou ilustração, a qual faz referência a uma das matérias da edição em vigor. Neste caso, a imagem faz referência a exposição de Antoni Gaudi em Florianópolis/SC.



Figura 55: Expediente da revista Mutual, edição 1.

O expediente é a primeira parte da revista em que o uso das cores começa a auxiliar na fluidez da leitura.



Figura 56: Espaço para publicidade na revista Mutual, edição 1.

Há espaços reservados para publicidade na revista. Sua função é, além de auxiliar no financiamento do projeto, guiar o leitor, anunciando que quando um anúncio aparece, uma editoria nova vai começar.

A proporção é de 30 páginas de conteúdo para 10 páginas de publicidade. Caso o custo de produção de alguma edição esteja comprometido por falta de verba, há a possibilidade de utilizar as páginas pares do expediente, editorial e sumário, fornecendo mais 3 páginas de publicidade.



Figura 57: Editorial da revista Mutual, edição 1.

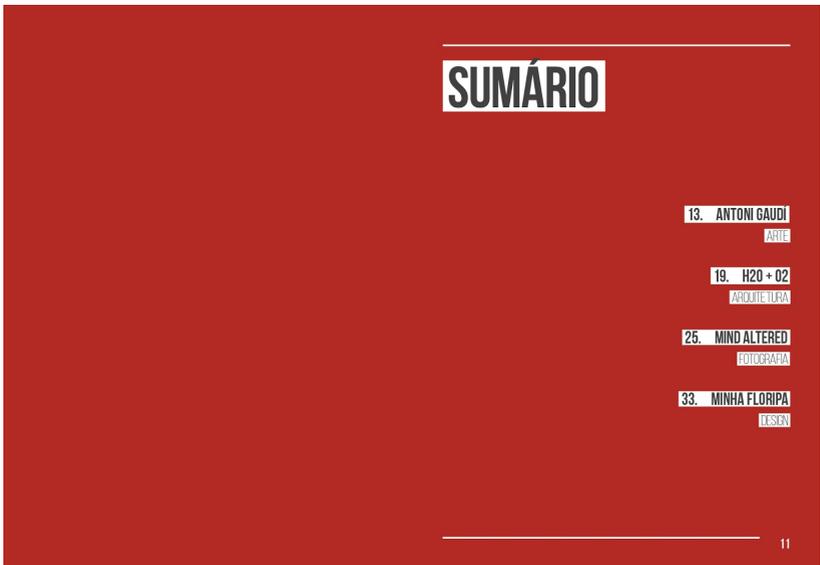


Figura 58: Sumário da revista *Mutual*, edição 1.

Nota-se que a cor predominante das páginas das Figuras 57 e 58 são diferentes, seguindo a lógica de construção de narrativa da revista, auxiliando o leitor a entender que este conteúdo não é relacionado com o passado.

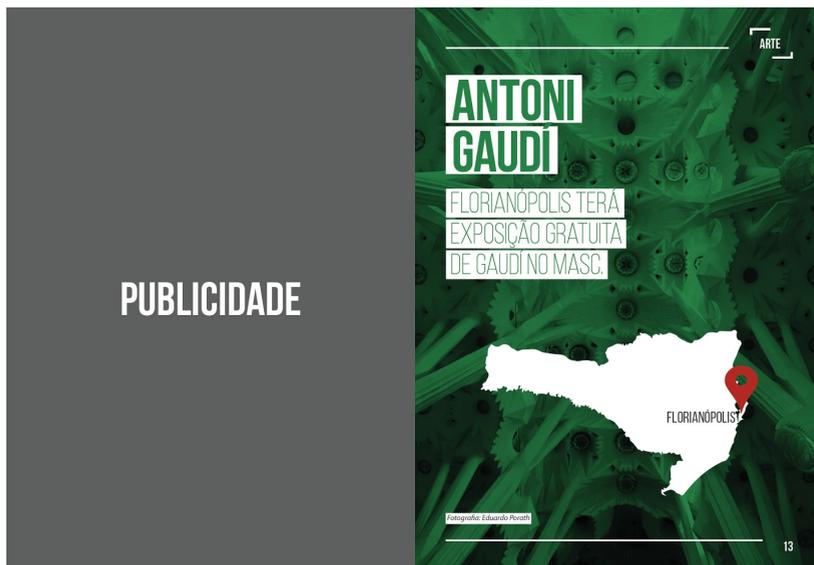


Figura 59: Páginas 12 e 13 da revista *Mutual*, edição 1.

Para cada abertura de editoria, adotou-se o uso de uma publicidade na página par, e uma página apresentando informações sobre a matéria, como por exemplo, o título, a linha de apoio, uma fotografia que faça referência a matéria, os créditos da imagem, a vinheta e o mapa de Santa Catarina, visando informar o leitor sobre a origem do projeto, onde ele foi desenvolvido.

O mapa é outra estratégia para reforçar o regionalismo da revista, além de seu conteúdo e das cores determinadas.



Figura 60: Páginas 14 e 15 da revista *Mutual*, edição 1.

Nota-se, na Figura 81, a valorização e o destaque dado a fotografia, a qual oferece ideias de composição, enquadramento, escala cromática entre outros atributos como material de referência visual para os leitores. A cor verde, utilizada neste caso nos textos, reforça a unidade através das cores.



La Pedrera, de Antoni Gaudí, em Barcelona.
FOTO: Eduardo Porath



La Pedrera, de Antoni Gaudí, em Barcelona.
FOTO: Eduardo Porath

Antoni Gaudí i Cornet (Reus ou Riudoms, 25 de junho de 1852 — Barcelona, 10 de junho de 1926) foi um famoso arquiteto catalão e figura de ponta do Modernismo catalão. As obras de Gaudí revelam um estilo único e individual e estão em sua maioria na cidade de Barcelona.

Grande parte da obra de Gaudí é marcada pelas suas grandes paixões: arquitetura, natureza e religião. Gaudí dedicava atenção aos mais ínfimos detalhes de cada uma das suas obras, incorporando nelas uma série de ofícios que dominava: cerâmica, vitral, ferro forjado e marcenaria. Introduziu novas técnicas no tratamento de materiais, como o trencadís, realizado com base em fragmentos cerâmicos.

Depois de vários anos sob influência do neogótico e de técnicas orientais, Gaudí tornou-se parte do movimento modernista catalão, que atingiu o seu auge durante o final do século XIX e início do século XX. O conjunto da sua obra transcende o

próprio movimento, culminando num estilo orgânico único inspirado na natureza. Gaudí raramente desenhava projetos detalhados, preferindo a criação de maquetes e modelava os detalhes à medida que os concebia.

A obra de Gaudí é amplamente reconhecida internacionalmente e objeto de inúmeros estudos, sendo apreciada não só por arquitetos como pelo público em geral. A sua obra-prima, a inacabada Sagrada Família, é um dos monumentos mais visitados da Espanha. Entre 1984 e 2005, sete das suas obras foram classificadas como Património Mundial pela UNESCO.



ESCANEE O QR CODE
PARA SABER MAIS!

Figura 61: Páginas 15 e 16 da revista *Mutual*, edição 1.

Com o objetivo de diminuir a sensação de rigidez da diagramação da revista, optou-se pelo uso de blocos de textos sobre imagens, atribuindo flexibilidade ao projeto gráfico. Desta forma, não há a necessidade de respeitar fielmente os limites entre imagem e texto.

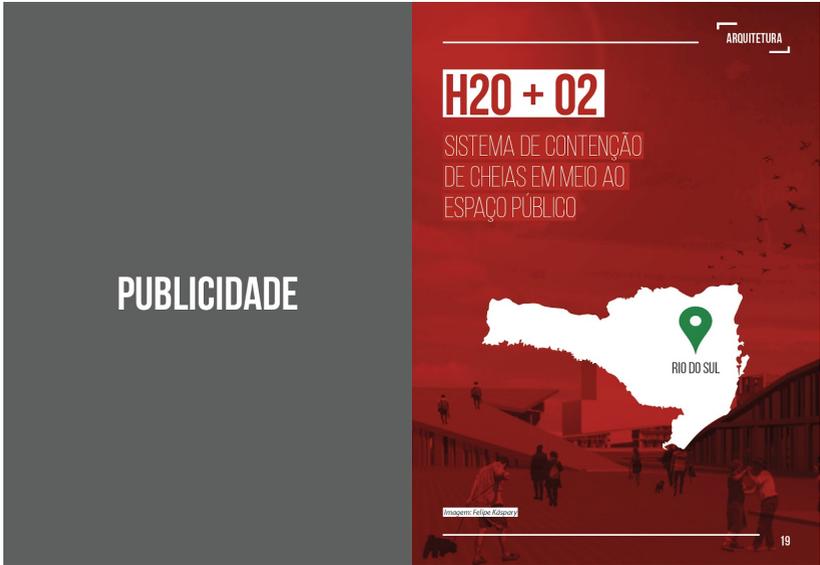


Figura 62: Páginas 18 e 19 da revista Mutual, edição 1.



Figura 63: Páginas 20 e 21 da revista *Mutual*, edição 1.

Para a utilização do recurso de olho de texto, utiliza-se a mesma fonte do texto, porém, na variação de peso *semibold*. O bloco de cor sólida que é aplicado sob o texto utiliza o verde ou o vermelho, de acordo com a cor predominante da editoria. O afastamento entre o olho e o texto da matéria deve ser aproximadamente 1 paica em todos os sentidos.



Figura 64: Páginas 22 e 23 da revista *Mutual*, edição 1.

Ao final de cada matéria, oferece-se um *QR Code* para que o leitor tenha acesso a matéria completa online. Para acessar, o usuário deve ter um *smartphone* com a opção de leitura de *QR Code*. Só é necessário ativar a função no celular, e direcionar a câmera do celular para o código, e assim ele será redirecionado para a plataforma online.



Figura 65: Páginas 24 e 25 da revista Mutual, edição 1.



Figura 66: Páginas 26 e 27 da revista Mutual, edição 1.

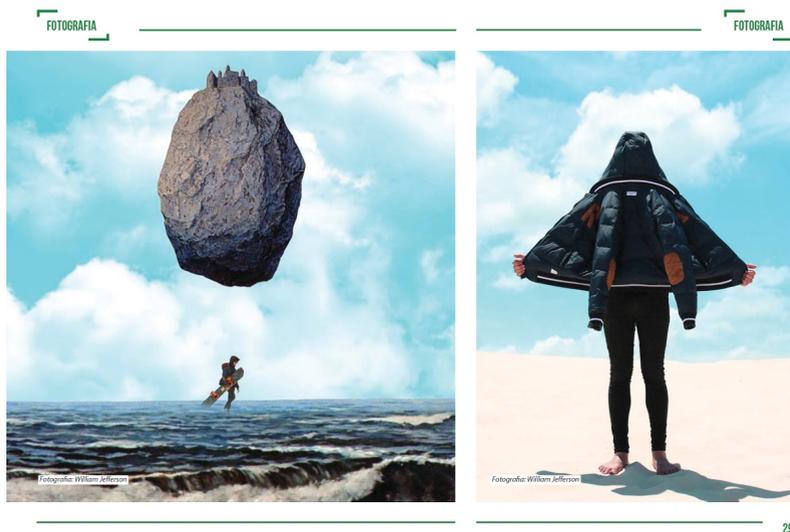


Figura 67: Páginas 28 e 29 da revista Mutual, edição 1.

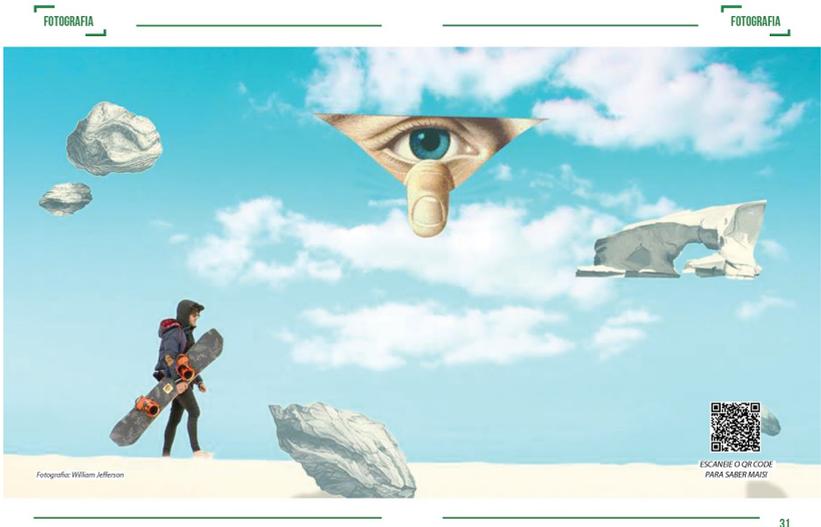


Figura 68: Páginas 30 e 31 da revista *Mutual*, edição 1.

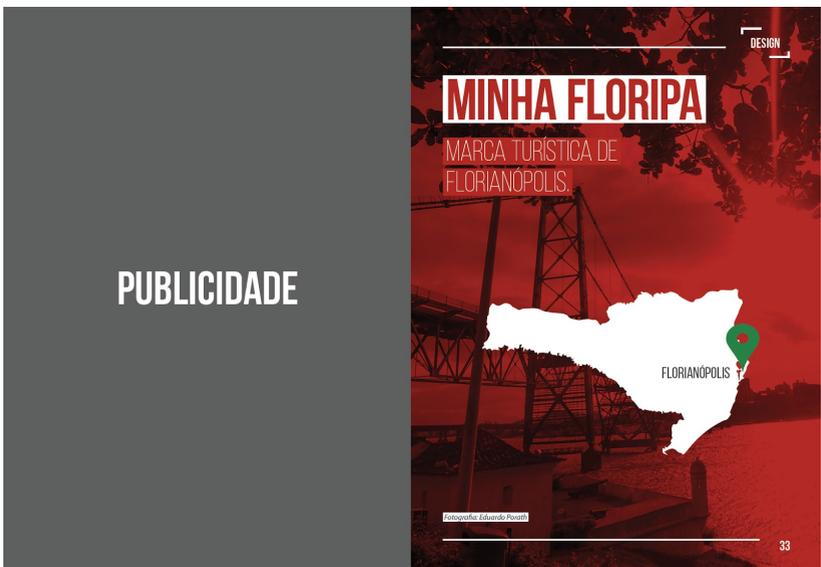


Figura 69: Páginas 32 e 33 da revista *Mutual*, edição 1.

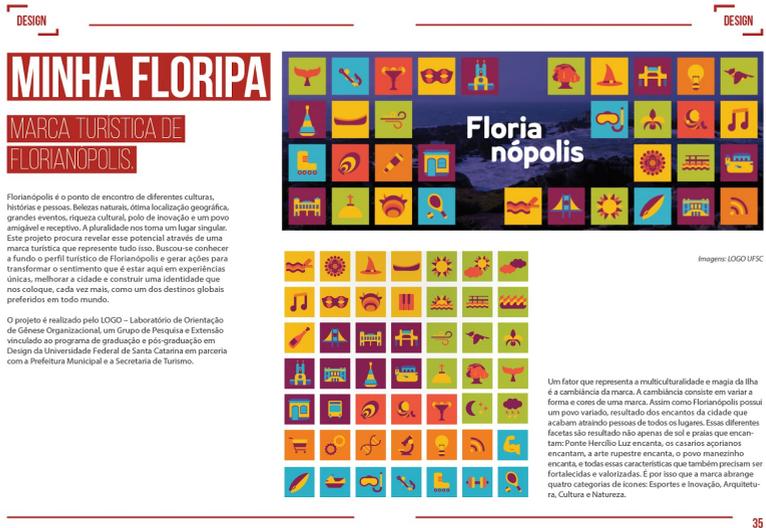


Figura 70: Páginas 34 e 35 da revista *Mutual*, edição 1.



Por meio de pesquisas e processos, foram identificados 5 conceitos que melhor revelam a identidade da cidade, os quais foram validados junto ao COMTUR no dia 27/03 em uma apresentação realizada por nossa equipe. Em apenas 5 palavras, buscamos revelar o caráter essencial de Florianópolis.

A MÁGICA de Florianópolis é construída numa ilha MULTICULTURAL e VIBRANTE e só consegue se realizar graças ao ambiente NATURAL que faz dessa cidade a mais "QUIRIDA" do mundo!

Imagem: LOGO UFSC



DESCANSE O QR CODE PARA SABER MAIS!

Figura 71: Páginas 36 e 37 da revista *Mutual*, edição 1.

3.3.2 Materialização

Após a diagramação, caminha-se para a finalização do projeto. O primeiro passo da materialização é realizar o fechamento dos arquivos.

É necessário que haja um cuidado especial com a imposição de páginas, que é o processo de ordenação das páginas de acordo com que elas serão impressas. Uma revista é impressa em lâminas frente e verso, imprimindo grupos de 4 páginas por lâmina. Desta forma, a página 1 (capa), será impressa ao lado da página 40 (quarta capa), da mesma forma que a página 2 será impressa no verso juntamente com a página 39.

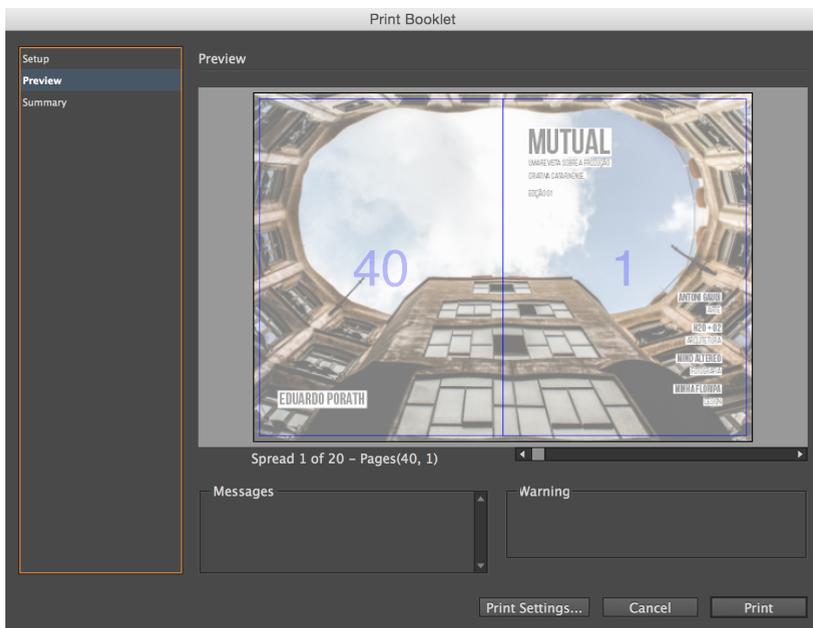


Figura 72: Imposição de páginas no Adobe Indesign CC.

Outro cuidado importante no fechamento de arquivo é a atenção necessária referente as definições de sangria, marca de corte e vinco. No caso deste projeto, a sangria é de 1 paica.

Deve-se tomar atenção também ao acabamento da revista desejável. Para este projeto, o acabamento se limita a corte, vinco e grampo. As marcas de vinco e corte estão inseridas no PDF, oriundas das pré-definições do programa utilizado, Adobe Indesign CC. Já o grampo deve ser especificado para a gráfica em que o projeto será impresso.

Em as especificações técnicas, foram definidas de acordo com o Quadro 1.

Miolo	Formato aberto: 34,71 x 24,13 cm Formato fechado: 17,35 x 24,13 cm Número de páginas: 36 Cores: 4/4 Suporte: Papel offset 90g/m2 Encardenação: Grampo Impressão: Offset
Capa	Formato aberto: 34,71 x 24,13 cm Formato fechado: 17,35 x 24,13 cm Número de páginas: 4 Cores: 4/4 Suporte: Papel couché fosco 150g/m2 Encardenação: Grampo Impressão: Offset

Quadro 1: Especificações técnicas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com Ali (2009), pode-se considerar um bom formato quando uma revista é projetada de acordo com seu público leitor, sua missão e seus objetivos específicos.

O desenvolvimento de um projeto gráfico editorial não se resume ao simples fato de ajustar elementos em um espaço vazio. Muito pelo contrário, trata-se de um estudo aprofundado que envolve definições de conceitos, utilização de métodos de Design, escolhas de fundamentos básicos do Design e especificações técnicas a fim de tornar o projeto viável.

Um curso de Design tem como objetivo habilitar pessoas para desenvolver este estudo, a fim de cumprir os objetivos dos produtos editoriais, que se resumem a estabelecer uma comunicação clara e atraente como leitor.

O objetivo geral deste projeto foi desenvolver um projeto gráfico editorial de uma revista destinada a conteúdos culturais com foco em Design que expressa a identidade catarinense.

Através dos objetivos específicos, tornou-se possível reunir recursos para expressar graficamente a identidade catarinense; identificaram-se revistas culturais com foco em Design com projetos eficientes; e foram reunidos recursos técnicos e metodológicos para o desenvolvimento do projeto.

Com o fim deste projeto foi capaz perceber as inúmeras influências que um projeto gráfico editorial está sujeito, que, ao ser mal projetado, pode comprometer seu funcionamento e o cumprimento de seus objetivos.

Este trabalho agrupa conceitos técnicos e analíticos referente ao desenvolvimento de um projeto gráfico editorial de uma revista. Deseja-se que este projeto se torne um material de apoio para os demais estudantes do curso de Design da UFSC, contribuindo para a sua formação acadêmica.

5. REFERÊNCIAS

- ALI, Fatima. A arte de editar revistas. Companhia Editorial Nacional, 2009.
- BAXTER, Mike. Projeto de produto: Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 2008.
- BRINGHURST, Robert. Elementos do Estilo Tipográfico. 2a edição. São Paulo – SP; Cosac Naify, 2011. 423p.
- BURT, Cyril. A Psychological Study of Typography. London: Cambridge University Press, 1959.
- CASTRO, Luciano.; PERASSI, Richard. A tipografia como base do projeto gráfico-editorial. Graphica '13. Florianópolis, SC. 2013.
- FERNANDES, F. 2003. O folclore em questão. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes.
- FROTSCHER, Méri. Etnicidade e Trabalho Alemão: Outros usos e outros produtos do labor humano. Florianópolis-SC: Abril, 1998.
- GARCIA JUNIOR, Edgar. Práticas Regionalizadoras e o Mosaico Cultural Catarinense. Florianópolis: UFSC, 2002.
- Governo do Estado de Santa Catarina. Lei nº 13.336, de 08 de março de 2005.
http://legislacao.sef.sc.gov.br/html/leis/2005/lei_05_13336.htm <Acessado 15/11/2015>
- HALL, Stuart. A questão multicultural. In: Da Diáspora: Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, p. 49-94.
- ISQUERDO, A. N. O Fato Linguístico como Recorte da Realidade Sócio-cultural. Araraquara 1996. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista.

LACERDA, Eugênio Pascele. O Atlântico Açoriano: Uma antropologia dos contextos globais e locais da açorianidade. Florianópolis-SC: UFSC, 2003.

MATTA, Roberto da. 1981. Você tem cultura? Rio de Janeiro: Jornal da Embratel.

MORAES, Marcos Juvencio de. A construção da identidade catarinense e a formação do litoral açoriano. Porto Alegre 2010. Tese (Mestrado em História) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2008.

RAND, Paul. Thoughts on Design. New York: Chronicle Books, 2014.

SAYÃO, Thiago Juliano. Nas Veredas do Folclore: Leituras sobre política cultural e identidade em Santa Catarina 1948-1975. Florianópolis, 2004.

SEVERINO, José Roberto. Itajaí e a Identidade Açoriana: A maquiagem possível. Itajaí: UNIVALI, 1999.

UTKO, Jacek. 2009. Can design save the newspaper? Ted Talk.
https://www.ted.com/talks/jacek_utko_asks_can_design_save_the_newspaper?language=en#t-61193 <Acessado 11/11/15>

Universidade
Federal de Santa
Catarina

Curso de
Graduação em Design

design.ufsc.br

Campus
Universitário
Florianópolis - SC

Projeto de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Design,
Departamento de Expressão Gráfica,
do Centro de Comunicação e Expressão da
Universidade Federal de Santa Catarina,
como requisito para obtenção do
Título de Bacharel em Design

Orientador: Dr. Richard Perassi Luiz de Souza

Florianópolis, 2016