

Rolê Fotográfico¹

Raul Mauricio DELVIZIO²

Silvio da Costa PEREIRA³

Universidade de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

Este artigo relata a criação e desenvolvimento de uma proposta de mini-revista, a *Rolê Fotográfico*, material gráfico voltado à fotografia em Campo Grande (MS). Percebeu-se a inexistência de qualquer publicação gráfica específica sobre a fotografia local. Por isto, um projeto do tipo com forte apelo ao visual e trabalhado em um design estético conceitual beneficiaria a crescente comunidade fotográfica na capital do estado, como forma de integração, documentação e perpetuação. Mostrou-se como a mídia impressa ainda se faz necessária na esfera da atividade fotográfica. Foram descritos os métodos técnicos utilizados, bem como os processos de execução. Por fim, mencionaram-se as considerações positivas e negativas observadas no projeto como um todo.

PALAVRAS-CHAVE: revista; Rolê Fotográfico; projeto gráfico; design; fotografia.

1 INTRODUÇÃO

Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul, é uma cidade extremamente fotográfica. Seja pela sua paisagem, combinação entre o urbano e rural; pelo céu de cores fortes e abundantes; pelos animais nativos, como grupos de araras e famílias de capivaras, além de uma variedade de outros bichos do Pantanal; ou pelo seu povo, proveniente de diferentes culturas e tradições, como índios da etnia guarani-kaiowá, paraguaios, bolivianos, japoneses, italianos, árabes, miscigenados, todos que pertencem ao gentílico campo-grandense. Por outro lado, a arte da fotografia também está presente no cotidiano da Cidade Morena por aqueles que a praticam, seja amadora ou profissionalmente. São pessoas que compõem um coletivo cultural-social – e até político – através de seus visores, câmeras e celulares, desenvolvendo trabalhos, novos projetos e clicando fotografias avulsas, que podem ser postadas em rede, compartilhadas, curtidas, impressas, entregues, presenteadas, visualizadas, melhor enxergadas.

Um exemplo local para elucidar a questão é o Instameet MS⁴. Parte de uma tendência nas redes sociais, os usuários organizam no ambiente virtual saídas fotográficas – temáticas ou não – e se encontram no mundo real. Assim, os participantes se conhecem, produzem fotos, trocam experiência e geram conhecimento. Após, voltam ao mundo das redes para postar o resultado dos encontros e trocar suas imagens, utilizando a *hashtag* #instameetms como referência. As melhores são postadas na conta oficial do grupo no Instagram.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Design Gráfico (PT 02).

² Aluno líder do trabalho e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: rauldelvizio@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: silvio.pereira@ufms.br.

⁴ Na rede social Instagram, @instameetms é uma página de divulgação dos encontros organizados pelos usuários, que resultam em imagens clicadas nessas saídas fotográficas.

Existe, portanto, um espaço considerável para a fotografia no município. Mas como em qualquer atividade humana, intelectual ou braçal, lacunas estão presentes. No caso, persiste uma omissão no que tange às publicações impressas locais sobre o ofício. Não há registro de que Campo Grande um dia teve pelo menos uma revista especializada em fotografia. Apenas publicações nacionais sobre o assunto são encontradas mensalmente nas bancas de jornais espalhadas pela cidade.

A solução estaria na Internet, então? De fato, ela veio para ficar, com seus aspectos positivos e negativos. Por meio dela, podemos interagir virtualmente uns com os outros. No caso da atividade fotográfica, podemos buscar referências, encontrar fotografias *fine art*, compartilhar ideias e fotografias. Ainda, encontrar novas experimentações de projetos visuais dos mais diferentes temas. Porém, especificamente para a atividade fotográfica, *tocar* em uma imagem produzida, colocar às mãos em seus “detalhes visuais”, observá-los e enxergá-los com os mais diferentes sentidos, é uma característica sensorial de extrema importância. A Internet não engloba a textura da revelação fotográfica, o cheio de papel e tinta. A impressão de uma imagem causa emoções que ultrapassam certamente a fotografia computadorizada, pois há um aguçamento dos sentidos. Ver por um monitor, uma tela de TV, é um ato paliativo. Falta a sensibilidade que só a imagem impressa fisicamente consegue atingir.

Ter acesso a um produto impresso, qualquer que seja ele, é mais facilitado do que aqueles do mundo digital. Nas rotinas cotidianas, vemos cartazes, banners, recebemos panfletos de todos os tipos, cartas, assinamos documentos, lemos jornais, revistas, artigos. Já no ambiente virtual, é necessário utilizar o intermédio de um aparato tecnológico – computador, *smartphone*, *tablet* – para se ter acesso aos conteúdos diários. Os serviços impressos independem dos digitais, afinal, não são subordinados à rede eletrônica de Internet. Também, visualizar conteúdos impressos são mais proveitosos do que os confinados nas telas e visores tecnológicos, pequenos e cansativos. A não ser que compare-se uma fotografia vista em uma TV de 40 polegadas e outra revelada em um papel fotográfico 10 cm x 15 cm.

É no mundo atual que uma avalanche de textos, sons e imagens são produzidos diariamente, ininterruptamente, jogados nas mídias eletrônicas de comunicação de massa para a população global. Resgatando não somente o fenômeno da globalização mas os novos processos comunicacionais que afetavam diretamente a vida social, Marshall McLuhan foi um dos teóricos que estabeleceu uma concepção sobre o assunto. Mais tarde, em 1971, ele formaria sua famosa teoria – a Aldeia Global. Anterior à isso, na década de 60, ele já afirmava que:

A velocidade elétrica mistura as culturas da pré-história com os detritos dos mercadologistas industriais, os analfabetos com os semiletrados e os pós-letrados. Crises de esgotamento nervoso e mental, nos mais variados graus, constituem o resultado, bastante comum, do desarraigamento e da inundação provocada pelas novas informações e pelas novas e infindáveis estruturas informacionais (McLUHAN, 2014, p. 336).

A reflexão de McLuhan é uma compreensão adicional sobre esta imersão de conteúdos que se vive hoje. Pode-se estendê-la à criação de uma revista local sobre fotografia, uma vez que o papel impresso é uma plataforma tradicional que ainda possui seu valor no mercado midiático global. De acordo com Peruzzo (2003, p. 70), o entendimento, nesse sentido, é de que “a valorização dos meios de comunicação em nível local ocorre no auge do processo de globalização”. Segundo a autora (2003, p. 78), aqueles meios de comunicação que operam em nível local conseguem também atingir maior credibilidade quando exploram aspectos do

próprio local, seja direta ou indiretamente, como proximidade, singularidade, diversidade e familiaridade.

De todos os outros meios de comunicação, o impresso é o que mais carrega um aspecto de ultrapassado perante as novas formas comunicacionais e intercâmbios de informações. Mesmo inserido em um ambiente globalizado, de trocas políticas, culturais, econômicas, sociais, de transformações, inovações tecnológicas, de novas tendências, ele ainda possui um valor simbólico, possivelmente atrelado à sensação de posse mercadológica e física que o leitor tem do produto/serviço. Por compra ou distribuição gratuita, o receptor do material gráfico é garantido pelo direito de *ter em mãos* determinada publicação de seu interesse. O livro, o jornal, a revista, o panfleto, o guia não deixam de *ser do leitor*, é de sua possessão, de seu desfrute. Talvez seja esta a principal característica da mídia impressa: o valor simbólico de propriedade. Nesta esfera, ecoam os outros fatores que a complementam: apreciação (por interesse ou gosto); proporção (do papel com relação ao espaço real); leitura (do texto, da figura); visualização (da imagem e cor); toque (no papel); reconhecimento (de seu cheiro, tamanho e textura); e, por fim, juízo (de opinião, serventia, qualidade de conteúdo).

Assim sendo, a mídia impressa – no caso uma publicação no formato de revista – resgataria o valor cultural da distribuição de conteúdos visuais, principalmente dedicados à fotografia. É uma solução de conservar um mercado ainda vigente, como bem mostra a revista ZUM, do Instituto Moreira Salles (IMS). Criado pela própria curadoria do IMS, que possui um dos maiores acervos fotográficos do Brasil, é uma referência à fotografia *fine art* no país, com conteúdos diversificados e apresenta fotografias impressas em papel *couché* de alta qualidade.

Em Campo Grande (MS), uma publicação impressa, embora de custos e qualidade mais singelos, serviria como um catalisador local de uma comunidade crescente, que mistura apreciadores e produtores da fotografia analógica e das imagens fotojornalísticas da revista Realidade, até aqueles imersos nas novas tecnologias e no futuro incerto da fotografia digital.

2 OBJETIVO

O projeto da mini-revista *Rolê Fotográfico* visa integrar a comunidade fotográfica campo-grandense através de um matéria gráfico impresso, de design consistente em termos visuais. A principal intenção é divulgar e explorar os mais diferentes vieses fotográficos, principalmente os produzidos localmente, servindo como base para um intercâmbio cultural da arte, seja para os profissionais da área, amadores, iniciantes, acadêmicos, interessados pela fotografia em geral e demais integrantes desse crescente e permanente coletivo.

3 JUSTIFICATIVA

Durante meus primeiros anos como acadêmico de Jornalismo UFMS, aprendi a arte da fotografia. Digo arte pois a imagem fotográfica é um suporte que revela sempre mais. Nunca está excluída de si mesma. A questão não é o que ela é, suas características, ou possivelmente “a imitação mais perfeita da realidade” (DUBOIS, 1990). É o que ela representa: por seus símbolos e códigos, uma representação espaço-temporal. É um registro. Com ou sem a utilização de elementos artísticos no quadro, mas ainda sim um documento visual que carrega consigo sentimentos maiores que si próprio. Clicadas geralmente por mãos humanas, são lembranças fotográficas – emoções.

Nesta reflexão, atrelada à intrínseca perspectiva de jornalista-fotógrafo, atentei-me sobre a inexistência de uma revista, cartilha, folder ou qualquer outro material impresso especificamente voltado à *fotografia local*. Simplesmente não havia. As publicações fotográficas nas bancas de jornal eram, em sua maioria, de distribuição nacional, produzidas

no eixo Rio-São Paulo, ou até internacionais. Digital Photographer Brasil, Fotografe Melhor e Photo Magazine são alguns exemplos encontrados. Isto me intrigou, afinal, vejo o quão essencial é *ver* e *tocar* nas imagens impressas. Também, quão fundamental é conhecer novos portfólios, principalmente aqueles em sua proximidade, uma maneira de conhecer, estudar, atualizar e inspirar-se com novos conteúdos visuais.

Partindo dessa problemática, surgiu a ideia de montar uma publicação altamente fotográfica, no contexto regional da atividade, para um público sério e valorizador dessa cultura na capital de Mato Grosso do Sul. Possivelmente, integraria uma comunidade das mais diferentes pessoas, idades, tradições. É uma prerrogativa para um intercâmbio dessa atividade, que um dia não foi considerada arte:

A fotografia, por muitas vezes, foi renegada e abandonada nos porões das galerias tradicionais, sempre tratada pelos artistas como “arte” inferior e sem importância. [...] Os nobres pintores, receando que a pintura pudesse ser prejudicada frente ao novo experimento bem-sucedido, armavam que a arte era um processo criativo, enquanto que a fotografia era simples projeção do real (OLIVEIRA, 2012, p. 111-112).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Utilizei o *software* Adobe InDesign CS6 como principal ferramenta de trabalho. Por ser um programa específico na área, pude resolver o planejamento gráfico facilmente, dispondo ainda da integração de outros aplicativos, como o Photoshop e Illustrator. Defini a revista em 27 cm x 20,5 cm de página, na orientação vertical, pela razão de que é uma medida comum para um projeto de revista, nem tão grande ou pequeno. Além disso, o tamanho garante um custo-benefício aceitável para uma publicação fotográfica no mercado de impressão local. O *grid* ficou estabelecido em 8 colunas por página-dupla, com margem superior em 3 cm; inferior em 2,5 cm; interna em 1,25 cm; e, por fim, margem externa em 1,5 cm. Isto oferece uma distribuição gráfica mais harmônica, em conformidade com os princípios de design (WILLIAMS, 1995, p. 14-61) e obedecendo as regras do projeto gráfico. Para ter opção de imagens, incorporei algumas de meu próprio acervo, conforme necessitava para a diagramação das seções e suas páginas.

Com relação ao papel de impressão, foram desenvolvidas duas opções. A primeira, de alta qualidade e preço mais caro, possui capa em papel *couchê*, gramatura 120g/m², acabamento fosco e com possibilidade de aplicação de uma camada de verniz UV em uma área selecionada (no caso o logo). O miolo também seria em papel *couchê*, com gramatura 90g/m². A segunda opção, porém, conta com uma qualidade reduzida ainda que boa e preço mais acessível. A capa também seria em papel *couchê*, porém na gramatura 90g/m² e acabamento fosco. Por fim, o miolo seria em papel monolúcido dupla-face (frente e verso), com gramatura 90g/m². As imagens, neste último caso deveriam ter um tamanho mínimo de 6x6 cm, garantindo assim uma impressão com qualidade nesse papel jornal.

O projeto gráfico contém 6 seções principais: Capa; Sumário; Diz Aí; Caixa de Entrada; Mais; Inspira!. Respetivamente, correspondem à capa em si; índice de conteúdo; seção opinativa; seção de contato com o público; notas informativas locais e abrangentes; e, finalizando, seção de fotografias e portfólios. No projeto editorial⁵ expliquei a configuração delas detalhadamente e incluí outras mais, dando corpo e conteúdo à revista. Porém, pela orientação do professor, não tive a necessidade – nem o tempo disponível – para projetar todas. Assim, apenas as seções citadas acima foram planejadas graficamente. O produto

⁵ O projeto editorial foi idealizado em conjunto com o projeto gráfico, visto que ambas as etapas (criação editorial e desenvolvimento gráfico) eram obrigatórias para conclusão da disciplina “Laboratório de Produção Gráfica II”. Porém, em conformidade ao edital ao XXII Prêmio Expocom 2015, apenas o projeto gráfico foi anexado.

final, portanto, pode ser considerado uma mini-revista, com o número de páginas em 23 a partir da capa.

Separei o projeto em “cadernos” principais. Cada um deles é representado por uma cor, indicada pelo retângulo superior em cada dupla de páginas. Pude, então, obter destaque de cada seção ou conjunto de seções, conforme o conceito de contraste entre cores primárias e secundárias na Teoria da Cor (SILVEIRA, 2011). As cores estão no padrão CMYK e definidas nas regras de diagramação do projeto gráfico. Diferenciam-se, pela regra de contraste, as seguintes: Capa (cor que melhor combine com a imagem em destaque); Sumário (azul); Diz Aí, Caixa de Entrada e Mais (verde); e Inspira (amarelo).

Sobre tipologia, a família Helvetica Neue foi escolhida para a diagramação e utilizada em todo o seu conjunto de fontes. A razão desta opção foi pela segurança de se manter um design limpo e contemporâneo pelo uso de um desenho tipográfico fino e não-serifado, o que combinaria com a proposta gráfica da *Rolê Fotográfico*. A característica principal das letras sem serifa é que geralmente possuem o mesmo peso, isto é, têm sempre a mesma espessura de traço. Williams (1995, p. 87) afirma que para a perfeição a diagramação das páginas com uma fonte *sans serif* é necessário “investir em uma família de tipos sem serifa que incluísse uma fonte forte, pesada, bem marcante”. É o caso da Helvetica Neue. Suas 14 fontes transitam desde ultra *light* (desenho finíssimo) até a *bold* (desenho grosso, negrito).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo de criação surgiu no segundo semestre de 2014, como trabalho final da disciplina “Laboratório de Produção Gráfica II”. O trabalho original consistia em uma criação de um produto gráfico necessariamente seriado (que pudesse ser continuado), juntamente com uma proposta editorial.

Desde o início, particularmente, já havia decidido trabalhar sob um forte aspecto visual – não necessariamente fotográfico –, mas que tivesse um apelo ao imagético, qualquer que fosse a proposta de material gráfico ou editorial. Robin Williams (1995) disserta sobre a atenção que as pessoas têm com relação à estética gráfica (design), se aprovam ou desgostam durante a construção do projeto:

Aqui parto do pressuposto de que os leitores não têm tempo ou vontade de estudar design e tipografia, mas *gostariam* de saber criar suas páginas com uma estética melhor. A maioria das pessoas tem a capacidade de olhar para uma página com um design pobre e concluir que não gostam dela, *mas não saberiam o que fazer para melhorá-la*. [...] Quando conhecer os conceitos, saberá dizer se eles foram ou não aplicados em suas páginas. *Quando se pode dar um nome a um problema, é possível encontrar a solução* (WILLIAMS, 1995, p. 11).

Escrevi, primeiramente, minha proposta editorial da revista, configurando seus objetivos primários e secundários, princípios éticos, público vigente e regras técnicas, alinhando-se sempre ao design visual e estético consistentes. Assim, experimentei diagramações mais ousadas com relação à realidade local, ainda que bastante *clean* (pelo uso de brancos) e padronizados (pelas normas técnicas).

Conforme o projeto ganhava andamento, recebia comentários de meu orientador, que possui uma visão de criação gráfica e design diferente da minha. Conversávamos juntos sobre seus questionamentos, já que suas interrogações eram mais por gosto pessoal do que necessariamente uma indicação de erro ou correção. Eram “ponderações visuais”. Desde o início, ele me avisou sobre este método de orientação. No final, essas reflexões que tivemos

em conjunto sobre a construção gráfica de meu projeto ampliou meu horizonte no que tange ao design. Vejo como é contrastante o que cada um vê. Ainda, aprimorei meu leque visual, atentando a alguns conceitos e efeitos do planejamento gráfico que mais fazia por *feeling* do que certeza. Agora, tenho a experiência de “olhar como design gráfico”.

6 CONSIDERAÇÕES

Acredito que uma proposta de publicação gráfica local, que caso seria a *Rolê Fotográfico*, é de muita serventia para a comunidade fotográfica campo-grandense. Sinto isto de uma maneira um tanto quanto pessoal, afinal, a fotografia é minha verdadeira paixão. Inexiste um projeto gráfico simples ainda que de qualidade em termos de conteúdo e imagem para a cidade. Enxergo a criação da mini-revista com bons olhos. Possivelmente ela entrará com sucesso na cultura fotográfica local, evidenciando uma oportunidade de mercado e de espaço na vida das pessoas.

Entendo que a proposta gráfica e até mesmo editorial possuam ainda alguns acertos a serem corrigidos. Um exemplo deles é a produção das outras seções da publicação, especificadas no projeto editorial, mas não desenvolvidas graficamente. Assim, a mini-revista tornaria-se de fato uma revista, maior e completa, com todas as suas seções pré-definidas. Assim, o projeto teria uma consistência, e permitiria concorrer à ações empreendedoras de fomentação à cultura. Tenho expectativas que um dia isto aconteça, ela seja impressa, comprada (ou distribuída gratuitamente), lida, *manuseada*, contemplada. *Enxergada*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

McLUHAN, M. 1964. **Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media)**. 18. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2014.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Mídia local, uma mídia de proximidade**. Ano 2, n. 2, nov. 2003.

DUBOIS, Philippe. **O Ato Fotográfico**. São Paulo: Papirus Editora, 1990.

OLIVEIRA, Erivam Moraes de. **As mídias digitais como suporte comunicacional: o renascimento do fotojornalismo nas ondas tecnológicas**. REBEJ – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo. Ponta Grossa: v.1, n. 10, p. 111-136, jun./dez. 2012.

SILVEIRA, Luciana Martha. **Introdução à teoria da cor**. Curitiba: Ed. UTFPR, 2011.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual**. Tradução Laura Karin Gillon. São Paulo: Callins, 1995.