

## **Fragmentos De Um Sonho Real<sup>1</sup>**

Dyego Leandro Araújo de SOUZA<sup>2</sup>  
Leonardo Bruno GAMBERONI<sup>3</sup>  
Universidade Potiguar, Natal, RN

### **RESUMO**

Este artigo representa o trabalho de conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da Universidade Potiguar, abordando tendências de mercado por meio da elaboração de um Projeto Gráfico baseado em quatro eixos pré-definidos no Programa Pedagógico do Curso. O eixo escolhido foi o de editoração e diagramação, sendo esse especificamente voltado para o trabalho de projetar livros, revistas, jornais, catálogos e outros produtos semelhantes. O projeto gráfico consiste na produção de uma revista fotográfica onde são apresentadas fotos produzidas pelo autor, divididas em dois ensaios fotográficos voltados principalmente para o mercado da moda, sejam roupas, sapatos, joias, acessórios, entre outros produtos. O projeto possibilita um elo de aproveitamento entre duas atuações profissionais o fotógrafo e o designer.

**PALAVRAS-CHAVE:** Revista; Fotografia; Moda; Design; Editorial.

### **1 INTRODUÇÃO**

A escolha do projeto apresentado baseia-se nos direcionamentos do eixo editorial, contando com um embasamento teórico que analisa os processos editoriais aplicados na construção da revista como, editoração/diagramação, layout, grid, cores, tipografia, papel, processos de impressão e fotografia, presentes em todas as etapas da idealização, produção e finalização da revista.

Os livros tem uma importante influência no desenvolvimento intelectual da humanidade. Livros compõem-se de ideias e fundamentos que são transmitidas através de vias impressas capazes de interagir e transmitir conhecimentos dos mais diversos e variados tipos. O livro é uma mistura de arte com a técnica, um trabalho conjunto a principio do escritor, tipógrafo e do artista. Como também de uma equipe coletiva que trabalham parte a

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria estudante de graduação ou recém-graduado, modalidade revista customizada.

<sup>2</sup> Aluno egresso do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico email: dyego\_leandro@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Tecnologia em Design Gráfico, email: leogamberoni@unp.br

parte (desenhos, formatos, tipografias, impressões, encadernação, formas, papel, acabamento, cores, etc.) para se ter o resultado final da obra.

São diversos tipos de livros, cada um com sua característica e classificação de conteúdos, é possível perceber a maneira pensada pelo autor para repassar o presente conteúdo e a ideia de sua obra. O livro feito como tal trabalho aqui apresentado se destaca pelas imagens de moda e conceito que compõe todo seu conteúdo, oferecendo assim um deleite de lugares, formas, objetos, cores e detalhes ao folhear cada página.

## **2 OBJETIVO**

A realização de tal material objetiva um estudo sobre uma das particularidades trabalhadas dentro do Curso de Design, o eixo editorial tido como base para o desenvolvimento do projeto gráfico realizado para conclusão do curso. Com as informações estudadas é possível se obter um conhecimento maior sobre as ferramentas práticas da editoração tanto na diagramação da revista em si como no trabalho de edição e montagem das disposições das fotos dentro do plano escolhido. Se tratando dos editoriais o objetivo desse trabalho se torna também uma realização pessoal do autor, pois este serve como portfolio do seu trabalho como fotógrafo e designer perante o ambiente mercadológico. O autor teve a oportunidade de vivenciar um trabalho em equipe, presenciando as funções e contribuições importantes de cada um dos envolvidos, podendo acompanhar de perto e sendo protagonista do trabalho durante cada etapa, experiência essa que deixa bastante aprendizado para trabalhos futuros.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A moda vai muito além do que para muitos a tem o conceito de superficial, a moda não é uma simples prática de ornamentação do corpo ou mesmo uma mera questão estética. A moda está integrada no registro da história ao longo dos anos, as funções práticas das roupas sofrem mudanças de acordo com o andamento da cultura, das práticas sociais, econômicas, políticas, etc.

A moda é um assunto presente no nosso cotidiano. O que vestir, as últimas tendências, a cor da moda, as marcas, os estilos, desfiles, o passado, o presente, a mídia, a cultura, a forma como se vestem as celebridades, e as características de todo meio artístico,

compõem um conjunto de influências que atuam de forma pública dentro da sociedade. (NAVARRI, 2010).

Segundo Godart (2010, p. 16):

A indústria da moda constituiu um ponto de entrada particularmente pertinente para as indústrias da cultura em geral, primeiramente por sua importância econômica, mas também pela sua onipresença nas numerosas esferas da atividade econômica e social. A moda é em muitos aspectos, um “fato social total”.

Além das questões sociais relacionadas à moda, há também as questões comerciais que não são, de maneira alguma, dissociadas daquelas. Com o passar dos tempos a moda criou uma indústria para si, responsável por grandes investimentos no mercado mundial, movimentando grandes quantidades de dinheiro e investindo em mão-de-obra.

A publicidade por sua vez participa de forma imprescindível no desenvolvimento dessa indústria. As marcas de roupas assim como outras empresas envolvidas no mundo da moda utilizam a prática publicitária para divulgar e promover suas ideias e negócios.

Uma das principais, se não a mais importante forma de divulgação dessas marcas e seus propósitos é a fotografia. Uma fotografia bem elaborada permite uma apresentação das mais criativas e inovadoras formas possíveis da moda, gerando composições e planejamentos dentro das matérias significantes da linguagem visual.

Atualmente, a fotografia de moda se torna cada vez mais impressionante e irresistível. Com as diversas oportunidades e melhorias oferecidas graças ao desenvolvimento da era digital, as técnicas utilizadas na montagem das inusitadas imagens produzidas por fotógrafos de diferentes estilos, avançam limites para além do imaginável. Tais imagens são resultados da junção de diversos fatores, as inovações dos estilistas produzindo peças que são consideradas verdadeiras obras de arte, assim como as maquiagens e os penteados que esbanjam diferentes adereços e artificios que se tornam formas artísticas por si próprias. Com isso as revistas e outros meios de divulgação da moda buscam fotógrafos mais criativos e que experimentem novos estilos e técnicas inovadoras.

As empresas do meio da moda apresentam diferentes formas de expor suas tendências, dentre elas estão o editorial, que busca a divulgação de estilos e tendências, oferecendo ao espectador um entendimento sobre o que o ensaio que expressar, sendo assim a roupa em si não é o centro principal nesse estilo fotográfico, as imagens transmitem conceitos, cores, estampas, materiais, entre outros elementos que compõem a coleção e promovem o poder da marca e as definições de tal estilista para aquele momento, assim

como a visão do fotógrafo ao repassar a essência do ensaio para as fotos. Na fotografia de moda destacam-se alguns principais fotógrafos de diferentes estilos como Richard Avedon, Helmut Newton, Patrick Demarchelier, Kristian Schuler, Mario Testino, Eliot Sieget entre outros.

Para a realização de quaisquer trabalhos fotográficos de sucesso, principalmente no que diz respeito a fotografia de moda é preciso que se tenha o apoio de uma equipe que trabalha de forma ágil e criativa na produção de tal projeto. Siegel (2012, p. 103) reafirma que “Qualquer fotógrafo de moda reconhecido dirá que sem o apoio de sua equipe nunca teria alcançado o sucesso”.

Se tratando de fatores mais técnicos as fotografias de moda estão em varias vias impressas de divulgação, revistas, livros, catálogos, entre muitos outros, os formatos de enquadramento das imagens feitos pelos fotógrafos ao realizarem um ensaio também variam, sendo assim pensado antes da captura, como também feito de forma aleatória para ser alterado no momento de encaixe da imagem ao suporte de impressão. O formato retangular é comum nas impressões de revistas e outdoors, já o formato clássico quadrado é visto em livros de fotografias.

Na busca cada vez mais pela qualidade na comunicação mercadológica, o trabalho de um bom fotógrafo está aliado também com especialistas no tratamento das imagens, a geração dos efeitos e conceitos criativos relacionados a cores, retoques e aplicações proporciona um sentido maior à imagem. Contudo a fotografia de moda possui particularidades na sua construção, diferentes estilos e formas de representação, tudo isso gerando conteúdos ricos em criatividade e persuasão aos olhos dos espectadores.

### **Design e fotografia:**

Um designer gráfico tem como principal função despertar o interesse e a atenção do público alvo com um produto estético criativo e, ao mesmo tempo funcional. A fotografia é um dos principais elementos, se não, o mais importante nessa interação com os espectadores, pois uma fotografia bem explorada retrata melhor uma realidade ou um contexto visual.

Contudo, para a obtenção do êxito do produto que abrange a fotografia o designer gráfico precisa estar inteirado a respeito do processo fotográfico como um todo, desde a consciência do conteúdo da imagem até as técnicas fotográficas utilizadas na captura da

mesma. E assim, ter a competência necessária para avaliar o objeto de comunicação pelo que ela apresenta em tons e contrastes. Assim como, quando utilizar mais de uma foto, avaliar a relação de valores e formas existentes entre elas ao posicionar no layout. (HURLBURT, 1999).

A percepção e a compreensão que o designer tem sobre a imagem escolhida para transmitir a mensagem necessária também são de grande importância, pois esta precisa, inicialmente, prender a atenção ao ser observada e conter relevância na comunicação para a mensagem ser percebida. As experiências visuais vividas pelo designer no cotidiano e o seu modo de observar o mundo a sua volta são fatores que também enriquecem a fotografia, uma vez que estuda o produto como transmissor e receptor da mensagem ao mesmo tempo.

Os efeitos fotográficos também são técnicas utilizadas na arte fotográfica que proporciona ao designer um leque de possibilidades de explorar sua criatividade e os conceitos aplicados à imagem, como distorção de realidade e produção de um caráter fantasioso, em função de transportar a imaginação para além dos limites expressos no fragmento capturado.

Hoje, o uso de câmaras digitais e o processo moderno de tratamento das imagens com auxílio do computador facilitou a manipulação das imagens, softwares foram criados voltados à edição das mesmas, atualmente pode-se fazer a aplicação de diversos efeitos fotográficos a intenção de melhorar a imagem sem si, produzindo mudanças que expressem a criatividade do fotógrafo. Além disso, permite ao editor visualizar o resultado final antes da impressão, ao contrário do processo de antes das câmaras analógicas.

Os designers gráficos geralmente estão tão envolvidos com esse processo fotográfico na comunicação visual. O designer como fotógrafo é um diferencial no ambiente mercadológico, pois o conhecimento das atribuições de ambas as disciplinas torna-o mais completo, uma vez que saberá explorar o seu trabalho como um todo. Fazer o uso de suas próprias fotografias em diferentes aplicações gráficas, entender e poder agir como um editor ou diagramador nos diversos segmentos do Design enriquece ainda mais a junção da função fotógrafo/designer profissionalmente.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A ideia principal desse trabalho foi obtida de maneira imediata por assim dizer, como em todos os outros trabalhos feitos durante o período da faculdade, o uso de fotografias sempre estiveram presentes, e para o término do curso não seria diferente.

Primeiramente foram feitas pesquisas por referências, inspirações e buscas por trabalhos de alguns fotógrafos especialistas no mundo da moda. Durante a análise sobre esses artistas foram separadas principais imagens, textos, elementos e recortes de ensaios já produzidos e que tinham relação com a proposta que queria mostrar. Com o material pronto, era hora de trazer as referências para a maneira mais viável possível de se realizar.

Foi feita uma procura por lugares onde poderiam ser feitos os ensaios fotográficos, após a escolha das locações, foi conversado com os proprietários a permissão para a realização das fotos, da mesma maneira foi com a procura pelos figurinos, acessórios e sapatos utilizados. O resultado foi satisfatório, consegui juntar tudo que precisava para produzir as fotos.

Para a realização desse trabalho foi formada uma equipe que colaborou parte a parte durante todo o andamento do projeto, equipe essa que se consistiu em fotógrafos, modelos, cabeleireiro, maquiador, stylist, equipe de filmagem e assistentes.

A cada um dos envolvidos foi repassado a ideia principal para que pudessem ter noção do que seria feito. Com a equipe montada, chegam os dias das fotos, os trabalhos começam logo cedo, com a preparação das modelos no salão para a montagem dos cabelos e a maquiagem, enquanto isso todos outros já se preparam também para agir cada em suas funções, os equipamentos testados e prontos para serem usados. Enquanto tudo era preparado foi feita a filmagem dos bastidores como registro de tal acontecimento e para servir também de vídeo portfólio, enriquecendo ainda mais a produção do trabalho, mostrando o que acontece por trás das câmeras e dos artificios usados para geração das imagens.

Terminado as sessões de fotos durante os dois dias, é a vez do processo de seleção e tratamento das imagens. As fotos foram selecionadas com bastante cuidado, analisando todos os aspectos semelhantes com a proposta pensada. As fotos foram editadas e dentro desse processo foram testadas tonalidades e proporções que se adaptavam melhor em cada fotografia, assim como o enquadramento de corte para o encaixe em cada página, depois dessas escolhas foi feito um balanço das imagens que seriam usadas na revista.

Logo após a seleção iniciou-se a produção da revista em si, o layout foi baseado nos livros de fotografias usados como referência, à escolha do tamanho fechado foram 21 x 25 cm, o grid usado como base foi o retangular com interferências de grid de coluna, as imagens aparecem basicamente de algumas maneiras como: sangrando para todos os lados de uma das páginas da dupla, sangrando para todos os lados das páginas duplas

preenchendo assim por completo as páginas uma ao lado da outra. Algumas imagens são centradas em janelas no centro da página com margens exageradamente largas dando a ideia de detalhe na imagem, outras começam numa página e terminam apenas em uma parte da página ao lado dando espaço para um pequeno texto no inferior da página esquerda.

O uso de poucos e pequenos textos servem apenas para complementar o contexto das imagens, são usadas frases e conteúdos relacionados à estética das imagens, como também o conceito dos ensaios de forma aleatória. Os textos são usados quase sempre nas páginas ímpares e as fotos nas páginas pares, devido a primeira impressão que temos ao folhear a revista. Os textos são enquadrados em pequenas caixas de textos dentro das colunas do grid.

Dentro da revista as duas repartições de fotos são feitas por uma apresentação de cada ensaio tomando duas páginas duplas, o nome do ensaio aparece em caixa alta significando o título das imagens e logo abaixo a descrição do conceito do ensaio em texto com fonte menor ao lado inferior da página.

O papel escolhido para as páginas foi o couchê com gramatura de 170 gramas. No caso de impressos editoriais, e com a predominância maior de imagens é indicado o tipo de papel com acabamento polido, como o couchê que contém ambas as faces recobertas por uma fina camada de substâncias minerais, que lhe dão aspecto cerrado e brilhante, logo muito próprio para impressão de imagens.

O uso das cores nas imagens presentes na revista são principalmente as cores que fazem referência com o espectro de cores (vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, índico e violeta), porém na sequência das folhas outras diversas cores alegres, quentes e frias aparecem e variam entre contraste e harmonia de acordo com algumas páginas e a imagem da página ao lado. O uso das imagens em preto e branco e em tons mais clássicos puxados para o dourado e bronze retratam a elegância e o lado do glamour e charme na moda, as imagens com tons mais amarelados e alaranjados trazem uma característica vintage e retrô de tempos passados.

A tipografia usada nos títulos e nos textos foi a família Linotype Didot. As formas fortes e claras desse alfabeto exibem as características de objetividade, racionalidade e representam a filosofia do Iluminismo. A fonte Didot dá ao texto um toque de classe e elegância. As formas esculturais e claras do alfabeto Didot são caracteres no estilo conhecido como "moderno", eles são caracterizados pela extrema salientação vertical e

traços finos contrastados por linhas grossas. Esse grupo de fonte é a escolha certa para livros elegantes e designs de revistas, também em propagandas com um toque clássico.

A capa da revista é revestida por tecido de algodão e traz o título bordado em linha cor de prata, e ainda possui uma sobrecapa constituída por uma folha de papel de espessura mais grossa que envolve a exterioridade da revista, ostentando algumas imagens como também o nome da revista. Contudo a proposta torna-se atraente para os amantes da fotografia, em especial aos admiradores de imagens com toques clássicos e sobreposições de conceituais.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A revista exhibe em suas páginas dois editoriais com diferentes ambientes apresentando um contraste de lugares, figurinos, maquiagens e estilos, porém com um traço de sensualidade e poder feminino em comum nas imagens mostradas. Os ângulos e efeitos usados favorecendo a vivacidade da estética feminina dentro da moda e a relação das modelos com os acessórios mostrados. A divisão dos dois ensaios é feita por nomes que caracterizam o conceito aplicado nas fotos.

O primeiro ensaio tem o nome de *Zeitgeist*, um termo alemão cuja tradução significa espírito da época, espírito do tempo ou sinal dos tempos, em suma, o conjunto do clima intelectual e cultural do mundo, numa certa época, ou as características genéricas de um determinado período de tempo.

E é isso que o ensaio trás, toda a exuberância e o glamour da alta-costura retratando os elementos e a estética de décadas/séculos passados que perduram até hoje. O espírito da moda alinhada nos grandes e admiráveis ambientes europeus. O conceito expõe o maximalismo na moda, o exagero das peças requintadas cheias de vida e decorativismo, aplicações com bastante brilho e cravejadas com cristais brilhantes, tudo ao mesmo tempo e em excesso. O luxo também é explícito nos vestidos e sapatos que enfatizam ainda mais a proposta de elegância e ao mesmo tempo de poder feminino, agregado a delicadeza dos diversos detalhes usados nas modelos.

Já o segundo ensaio tem o nome de *Espectro*, o seu significado é o intervalo completo da radiação eletromagnética. O espectro de uma luz é a separação das cores componentes dessa luz. Essa dispersão pode ser obtida com um prisma ou com outro dispositivo chamado rede de difração. O espectro da luz do Sol, dita "branca", é um contínuo com todas as cores visíveis. Trazendo para o conceito das imagens nesse outro



ensaio, as modelos se apresentam como os próprios prismas que ao obterem contato com a luz do sol dispersam as variadas cores. Esse outro momento mostra uma ideia mais experimental e enfatizam a maquiagem conceitual, as formas e as cores vibrantes. A natureza, o uso de materiais diversos gerando uma visão meio fantasiosa e surreal retratada nos rostos das modelos.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O universo do design gráfico nos possibilita diversos segmentos artísticos, em diferentes eixos comunicacionais, tais como eixo promocional, editoração e diagramação, eixo eletrônico e sinalização e ambientação. Ideias e conceitos são aplicados buscando assim um objetivo de comunicar e promover, assim como gerar uma funcionalidade na resolução de problemas dentro contexto visual. São inúmeras técnicas que permitem aos condutores dessas informações a montagem e a estruturação criativa de tais peças. Os designs contam com habilidades ligadas a sua capacidade técnica que o possibilita desenvolver matérias-primas intelectuais, baseadas numa cultura visual, social e psicológica.

Contudo, todo esse trabalho só garante ainda mais o aprofundamento das questões do design gráfico como da fotografia, enriquecendo assim os conhecimentos, repassados durante o curso, o que incentiva ainda mais a procura por uma especialização e um aperfeiçoamento cada vez mais no meio profissional. A cada trabalho uma experiência, a cada experiência um aprendizado, e assim consecutivamente um novo sucesso.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação*. 4ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Summus, 2000.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 5ª ed. ver. e ampl. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FERLAUTO, Claudio; JAHN, Heloisa. *A gráfica do livro/O livro da gráfica*. 3ª ed. São Paulo: Edições Rosari, 2001.

GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

- HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. São Paulo: Nobel, 1999.
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- MUNARI, Bruno. *Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- NAVARRI, Pascale. *Moda & inconsciente: olhar de uma psicanalista*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.
- PEZZOLO, Dinah Bueno. *Moda fácil: guia de estilo para todas as ocasiões*. São Paulo: Códex, 2003.
- RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. 8ª ed. rev. e atualizada. Brasília: LGE Editora, 2003.
- SAMARA, Timothy. *Grid: construção e desconstrução*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- SIEGEL, Eliot. *Curso de fotografia de moda*. São Paulo: GG, 2008.
- SILVA, Rafael Sousa. *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Summus, 1985.
- WHITE, Jan V. *Edição e design*. São Paulo: JSN Editora, 2006.
- GOMES, L. F. **Cinema nacional: caminhos percorridos**. São Paulo: Ed.USP, 2007.