

Revista Curioso? – revista infantil¹

Marcos Adriano Araújo SANTOS²

Michelle Oliveira SANTOS³

Carla de Araujo RISSO⁴

Universidade Federal da Bahia - UFBA, Salvador, BA

RESUMO

A revista *Curioso?* faz parte de um trabalho desenvolvido na disciplina Temas Especiais em Planejamento Gráfico em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. O trabalho consiste na criação da marca, do projeto editorial e da própria revista. A cliente é uma empresa fictícia de calçados infantis. Por meio de pesquisa, foi constatado que não existe no mercado uma variedade de revistas para o público infantil, o que serviu de base para a criação da revista com intuito de fortalecer a relação da empresa com seu público. Como publicação para crianças, a revista busca levar informações que interessam à elas, como curiosidades sobre o universo que as cercam e discussões presentes na sociedade como um todo. Tudo isso através de imagens e desenhos coloridos e em formato especial de 170mm x 220mm, que permite melhor manuseio por parte da criança.

PALAVRAS-CHAVE: *design* gráfico; revista infantil; crianças; educação; entretenimento.

1 INTRODUÇÃO

As revistas customizadas são ferramentas utilizadas por marcas ou organizações como forma de intensificar o relacionamento com o público. Sem realizar publicidade ostensiva da marca, as revistas customizadas possibilitam aproximação com o consumidor por meio de ofertas de conteúdos informativos e de entretenimento. As revistas customizadas agregam, d

esta forma, valor à imagem da organização.

“Para ser respeitada, reconhecida e, especialmente, desejada por seu público, a revista customizada deve ter conteúdo jornalístico e não promocional, tendo um perfil de 'independência relativa' em relação à empresa patrocinadora, publicando majoritariamente matérias de interesse geral, não ligadas a produtos, serviços, promoções e iniciativas”. (CÊA, 2006)

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada – Avulso.

² Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: marcosadr@outlook.com

³ Aluna líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, email: michelleoliveiras@yahoo.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Bahia - UFBA, email: carlaarisso@gmail.com.

Segundo Catharina Epprecht (2005), as publicações customizadas, diferente das institucionais, que têm como alvo o público interno, são destinadas aos consumidores da marca. Apesar de não proporcionar vendas imediatas, esse tipo de revista reforça os valores da empresa. O uso de conteúdo informativo é uma alternativa para atrair a atenção do consumidor e motivá-lo a interagir com a comunicação da marca.

A Revista *Curioso?* foi criada para uma marca de calçados infantis, visando as crianças de até 10 anos de idade. A ideia do projeto é aproximar a criança dos valores da marca sem utilizar a propaganda de forma direta e ostensiva, oferecendo informação e entretenimento que auxilia a formação de novos leitores.

O público infantil é pouco valorizado pelo mercado de revistas periódicas. Em comparação a outros nichos, a quantidade de revistas produzidas para crianças no Brasil é pequena. Ao mesmo tempo, o número de brasileiros leitores está cada vez menor. Segundo pesquisas da Federação do Comércio do Rio de Janeiro sobre os hábitos culturais, a quantidade de brasileiros que leem caiu de 35% para quase 30%, entre 2013 e 2014.

2 OBJETIVO

Criar uma revista customizada infantil divertida, que apresente informações curiosas e/ou importantes para a sociedade. O veículo deve ser atraente e compreendido para crianças de até 10 anos, visando a promoção da marca da cliente fictícia, uma empresa de calçados infantis.

3 JUSTIFICATIVA

O uso de revistas customizadas pela empresa é uma forma de reforçar os valores da organização e fortalecer o relacionamento com o cliente. “Alberto Dines (2001, p. 116) define o suplemento infantil como a conclusão lógica de um esforço em prol da educação e da criança”. Seguindo essa premissa, sugeriu-se a criação de um produto impresso que incentivasse o hábito da leitura visando fortalecer os valores da marca, que preza pelo bem-estar e pela educação das crianças.

Na última década, as revistas customizadas têm representado um recurso importante na comunicação de empresas com seu público mais direto, fazendo uso de uma maior elaboração gráfico-visual e de matérias que também poderiam ser vislumbradas em veículos jornalísticos convencionais. O princípio básico é seduzir o leitor por meio de textos que tragam encantamento e que projetem uma imagem positiva da empresa. A expressão customizar é uma espécie de adaptação do verbo em inglês to customize, que quer dizer personalizar (para o usuário). Além disso, a palavra cliente em inglês pode ser traduzida ainda para *customer*, completando

assim a utilização da expressão “revista customizada” para designar uma publicação criada e desenvolvida para clientes de uma empresa, isto é, uma publicação feita sob medida para um público específico.(MARQUES, 2007)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista infantil *Curioso?* foi desenvolvida durante os meses de setembro e dezembro de 2014 sob orientação da professora Carla de Araujo Risso, como projeto da disciplina Temas Especiais em Planejamento Gráfico em Jornalismo.

Como dito anteriormente, o trabalho consistia no desenvolvimento de uma revista infantil para uma marca fictícia de calçados infantis. Faz parte deste trabalho o desenvolvimento dos manuais da marca e editorial da revista, além da própria revista.

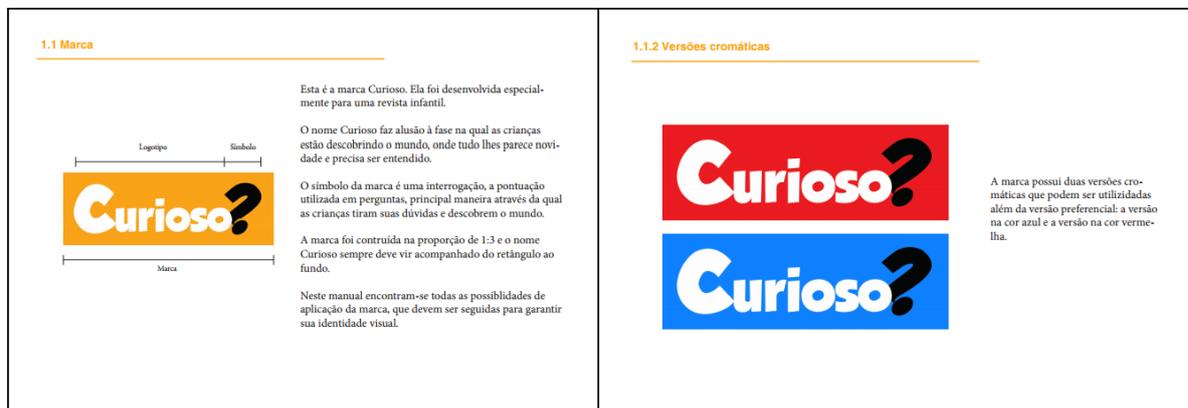


Figura 1: Marca *Curioso?*

Como parte dos processos de planejamento gráfico e editorial, foi necessário realizar pesquisas que justificassem o uso de tamanho, cores, fontes e temas da revista, que tem como destinatário o público infantil, recém alfabetizado, devendo, portanto, ser de fácil leitura e apresentar interesse para a faixa etária a qual se destina.

A partir das pesquisas, foi definido que a revista deveria abordar temas que fazem parte da sociedade como um todo, como política e educação, temas que envolvam o imaginário infantil, como desenhos animados, e temas presentes no cotidiano e que envolvam explicações científicas, como experimentos químicos e explicações para acontecimentos na natureza. Esses assuntos são do interesse da criança, que começa a ser apresentada ao mundo e quer saber como as coisas funcionam.



Figura 2: Trecho da matéria sobre profissões

Ainda a partir das pesquisas, definiu-se que a revista deve apresentar cores intensas, fontes arredondadas para facilitar a leitura e trazer as crianças como protagonistas sempre que possível, seja nas matérias ou nas fotos, de modo a causar identificação com o público. Definiu-se o tamanho da revista como 170mm x 220m, formato que permite melhor manuseio por parte das crianças.

Um liga-pontos deve fazer parte da página do editorial, de modo que a criança possa interferir na revista, e este deve ser acompanhado de informações que tragam novidades para os leitores, mantendo o objetivo de informar e educar as crianças.

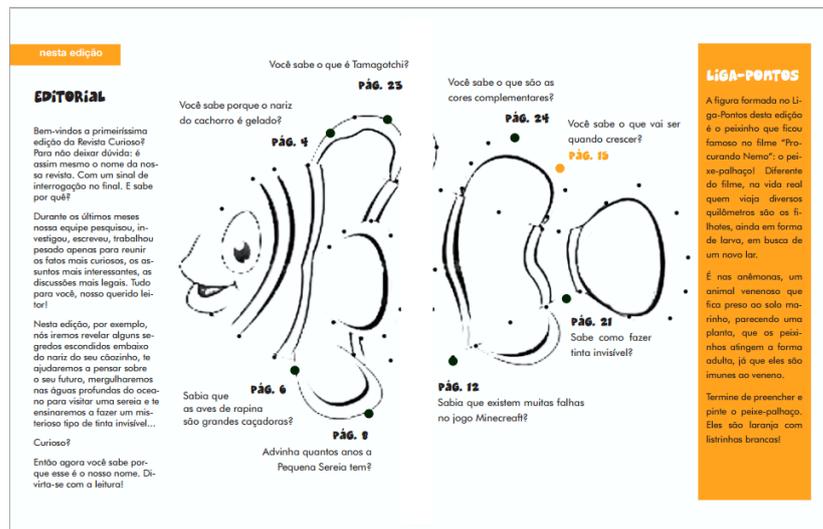


Figura 3: Liga-pontos no editorial

Buscou-se também pesquisar publicações semelhantes existentes no mercado. As que mais chamaram a atenção foram Ciência Hoje das Crianças e Recreio. Ambas trazem curiosidades e cores intensas. A pesquisa também afirmou que é grande a escassez de revistas voltadas ao público infantil, sendo que este é ávido por informação, o que justifica

mais uma vez o uso de revista infantil por parte da marca de roupas em busca de fortalecer o relacionamento com o público.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O título da revista *Curioso?* transmite as ideias centrais do projeto: despertar a curiosidade, incentivar a leitura e a oferecer novas informações. A interrogação serve como chamariz para o leitor: ele é ou está curioso? O logotipo da revista foi criado para permitir boa visualização mesmo quando aplicado em fundos muito coloridos. No seu interior, apesar do *grid* ser dividido em seis colunas fixas, a organização das imagens e textos é um mais livre. Para os títulos das matérias existe a possibilidade da utilização de fontes diferentes, mas é permitida apenas uma única fonte e um único tamanho de letra para os textos das matérias: fonte Futura BK BT Book e tamanho 11.

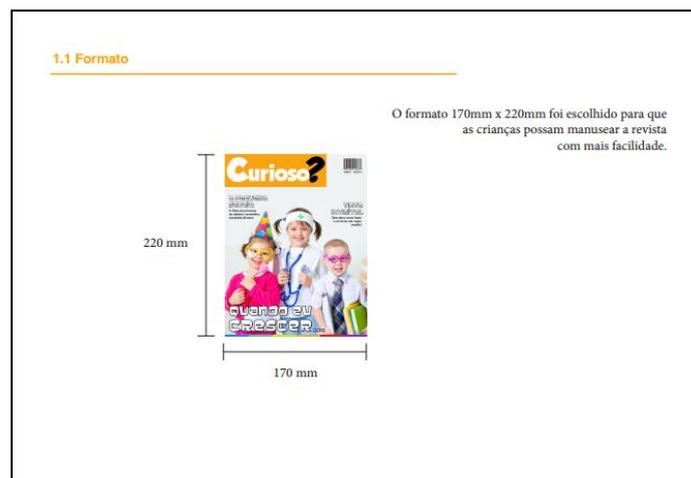


Figura 4: Formato 170mm x 220mm para facilitar o manuseio

Na capa, o logotipo é fixo no canto esquerdo superior e pode ser utilizado na cor principal laranja ou nas alternativas azul e vermelha. Por ser uma revista de tamanho pequeno e direcionado ao público infantil, as imagens são tão importantes quanto o texto. Em relação ao texto, as letras que o compõe não podem ser pequenas ou pouco espaçadas.



Figura 5: Elementos de capa

As editorias presentes em cada edição da revista podem variar. Na primeira edição estão presentes seis: Mundo Animal, Cinema, Vídeo Games, Retrô, Mão Na Massa e Sete Passos. As três primeiras são autoexplicativas; Retrô refere-se a qualquer tema antigo (heróis dos anos 60, programas de TV dos anos 90, etc), Mão na Massa é a editoria para experimentos científicos e Sete Passos é a editoria onde um assunto aparentemente complicado é explicado em sete breves tópicos.

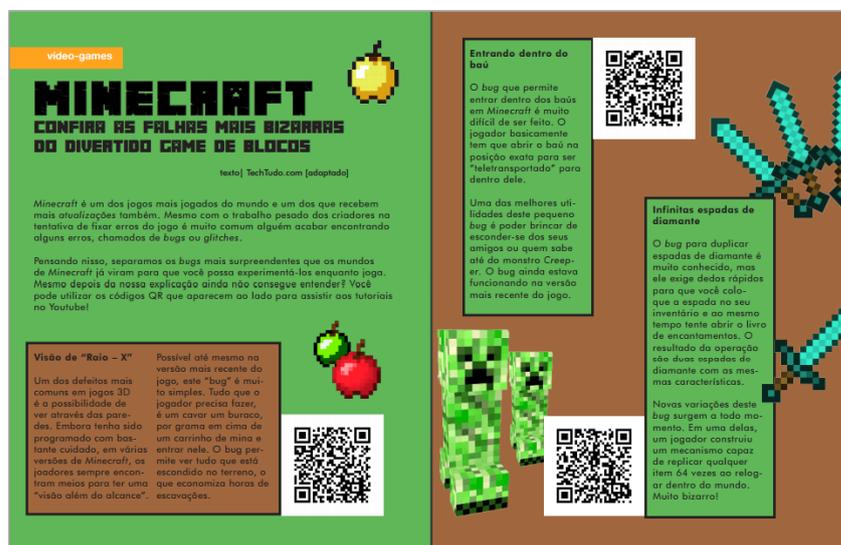


Figura 6: Matéria sobre games

6 CONSIDERAÇÕES

O projeto gráfico da revista *Curioso?* foi pensado para divertir o público infantil consumidor de uma marca e servir como ferramenta de associação entre os valores da

empresa e o incentivo ao hábito de leitura, oferecendo informações para um grupo naturalmente curioso: as crianças.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DINES, Alberto. O Papel do Jornal: uma releitura. 7.ed. São Paulo: Summus, 2001. In: FERREIRA, Mayra Fernanda. **Jornalismo Infantil**: por uma prática educativa. São Paulo: Intercom, 2007.

CÊA, Michelle. Custom Publishing: publicações com a cara do cliente. Informativo eletrônico da MÚLTIPLA Comunicação - Ano 3 - nº 1 – 2006. Disponível no endereço http://www.multiplacomunica.com.br/site/home/default.asp?titulo=multiplacomunica202006_1&staticpage=yesacesso em 26/05/2014.

EPPRECHT, Catharina. CUSTOMIZADAS. "Uma revista na publicidade", Jornal do Brasil, 15/1/05. Publicada no Observatório da Imprensa - ISSN 1519-7670 - Ano 15 - nº 312 - 18/1/2005. Acesso em 26/05/2014

“70% dos brasileiros não leram em 2014”, Jornal da Globo. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2015/04/70-dos-brasileiros-nao-leram-em-2014-diz-pesquisa-da-fecomercio-rj.html>. Acessado em 26/05/2014

MARQUES, José Carlos. Veículos de papel – as revistas customizadas como nova possibilidade de comunicação empresarial no mercado automobilístico brasileiro. . Consulta em 20 de setembro de 2010, disponível no endereço eletrônico <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=138&cf=7>.