

Revista Schizophrenia¹Luis Eduardo Rodrigues de MATOS²Arthur Felipe Cei AMARAL³Juarez Rodrigues da Costa NETO⁴Laércio Cruz ESTEVES⁵

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

RESUMO

Durante as aulas de Computação Gráfica e Editoração Eletrônica foi proposto um desafio que consistia em criar uma revista, cujo tema era livre, com o intuito de pôr em prática todo o conhecimento adquirido sobre os softwares: Photoshop, Corel Draw/Illustrator e Indesign. Quatro semanas de trabalho resultaram em uma revista jovem, de fácil leitura com um layout inovador. A revista *Schizophrenia* aborda temas curiosos e até mesmo bizarros, além de ter um ar humorístico, inspirada na revista da editora Abril “Mundo Estranho”.

PALAVRAS-CHAVE: revista; editoração; curiosidades; softwares; layout.

1. INTRODUÇÃO

Esquizofrenia é entendida pela psicopatologia com um sofrimento psíquico grave, tendo como sua principal característica a psicose (perda de contato com a realidade). É um transtorno psíquico grave que pode ser diagnosticado por dois ou mais dos seguintes sintomas: Catatonia, alucinações de todos os tipos, delírios, sintomas depressivos juntamente com a paranoia (transtorno delirante persistente). A esquizofrenia não é mais vista como uma doença clássica, mas sim como um transtorno mental, que de acordo com os dados da Organização Mundial da Saúde afeta cerca de 1% da população do planeta.

Este artigo aborda a criação da revista Schizophrenia, que foi assim denominada por tratar de assuntos incomuns e bizarros, muitos deles considerados tabus pela sociedade ocidental. Na revista o leitor se depara com matérias que parecem fantasiosas, mas que de fato ocorrem em nosso país e nos demais cantos do mundo, foi por essa sensação de fuga da

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria de Produção Transdisciplinar, modalidade Revista Customizada.

² Aluno-Líder do grupo e estudante do 3º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP, email: eduardorodrigues.13@gmail.com

³ Estudante do 3º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP, email: zyzzx7@outlook.com ;

⁴ Estudante do 3º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP, email: juareznetodesign@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: laerciopublicidade@gmail.com

realidade proporcionada pelo teor da leitura encontrado na revista que deu origem ao seu nome, um título forte que desperta a curiosidade de muitos.

Com um visual alternativo, a revista é voltada para um público jovem disposto a conhecer um mundo novo através de uma visão jornalística bem humorada, composto por uma incrível interação entre o leitor e o conteúdo.

A revista possui a função de levar, além de matérias informativas, entretenimento aos leitores. Com o uso de muitas imagens e infográficos, a leitura se torna mais agradável e tranquila, a qualidade da impressão e do papel varia de acordo com o tema proposto e, geralmente, revistas populares possuem um papel mais fino do que de uma revista de moda ou científica, já que o conteúdo geralmente é consultado diversas vezes por um longo período. Além disso, a revista possui bastante credibilidade com o leitor que, por ser uma mídia impressa, tem todo um cuidado com o conteúdo que será repassado ao público. (RODRIGUES, 2012, *online*)

A partir deste princípio, é possível concluir que a revista *Schizophrenia* está dentro dos requisitos exigidos de uma mídia impressa de grande circulação e que possui um grande potencial mercadológico, apesar de ter sido concebida em um processo experimental acadêmico.

2 OBJETIVOS

Objetivo Geral

A revista *Schizophrenia* tem como objetivo geral levar ao seu leitor informações sobre acontecimentos e hábitos atípicos, curiosidades a cerca das celebridades e suas manias excêntricas. Favorecer a leitura tornado-a agradável e dinâmica através de um layout inovador.

Objetivos Específicos

- Levar notícias, relatar acontecimentos, mostrar hábitos estranhos e curiosidades do mundo sobre pessoas comuns e famosas a um grande público;
- Combater o preconceito sobre outras culturas através de informação de qualidade e inteligente;
- Fugir dos padrões da grande imprensa através da apresentação de uma revista singular e inovadora;

- Experimentar várias possibilidades de diagramação do conteúdo tornando a leitura cada vez mais dinâmica e envolvente;
- Levar uma informação diferenciada ao leitor, os quais são ignorados pelos grandes veículos, inovando e proporcionando deferentes experiências de leitura;
- Manter um posicionamento de conteúdo alternativo, fortalecimento assim a marca.
- Estabelecer a revista como uma forte ferramenta comercial através de anúncios pagos por ser um periódico impresso com grande visibilidade, resultando em mais notoriedade para a marca anunciante.

3 JUSTIFICATIVA

A sociedade está imersa em diversas questões sócio-culturais as quais são carregadas de inúmeros conceitos pré-estabelecidos ao longo dos tempos, fadando o indivíduo a modelos mentais, criando uma barreira entre o que é diferente e novo.

Tendo em vista esta realidade, a revista *Schizophrenia* trás um a proposta de aproximação com outras culturas, quebrando os ditos “tabus” levantados por uma sociedade tradicionalista.

O nome do impresso foi estabelecido com a intenção de instigar o leitor a descobrir do que se trata o seu conteúdo, além de relacionar os sintomas da esquizofrenia aos acontecimentos relatados no corpo da revista por tratarem de assuntos popularmente denominados “bizarros”.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

O processo criativo da revista teve início com a produção dos “*roughs*” (chamados de “raf” na publicidade), etapa que irá definir o layout das páginas. Neles é simulado o posicionamento de texto e imagem além de ser definido onde ficaram os anúncios e propagandas. Nesse sentido o *rough* foi fundamental no processo de pré-produção da revista:

Fazer o rough antes da execução do layout é um excelente caminho, pois a mão é um tipo de software muito mais rápido que o computador. As ideias podem fluir com mais flexibilidade e sem o rigor formal e as limitações do computador. Depois de uma ideia já definida e rabiscada o designer pode partir para a execução do layout no computador, que passará a definir os traços com maior precisão e simetria. (RABELO, 2007, p.20).

Roughs finalizados e definidos, o próximo passo foi a montagem da “boneca”, ou seja, o protótipo da revista impressa. Este procedimento facilita na “canoagem”, que é a diagramação para a impressão das folhas duplas da revista e em seguida são unidas por grampos dando a forma final ao periódico impresso. Como aponta Newton César (2000), “todo layout começa com um espaço em branco a ser preenchido. Você pode preenchê-lo com textos, imagens, cores. Mas, acima de tudo, precisa preenchê-lo com objetividade, simplicidade e inteligência”. (CESAR, 2000, p.153)

A terceira etapa do processo foi definir o conteúdo da primeira edição através de pesquisa em sites e blogs de notícias do mundo todo, além de ser escolhida a celebridade excêntrica que ilustra a capa da edição.

Com o conteúdo já definido a etapa seguinte foi tratar as imagens que fizeram parte das matérias e capa da revista, hora de mexer no contraste e saturação adequando as imagens ao texto, todo esse tratamento foi feito no *Adobe Photoshop CS6*. Já as ilustrações logomarcas, ícones e demais vetores são criados no *Corel Draw* e no *Adobe Illustrator CS6*.

A criatividade nos projetos gráficos e na diagramação é que diferencia os veículos e os profissionais que se propõem a desenvolver produtos para a mídia impressa. Diagramar é uma técnica que une ciência e arte, utilizando o espaço da página, colunas de texto e recursos gráficos como um caminho que deve conduzir a percepção do leitor para o objetivo definido nas diretrizes editoriais. (COLLARO, 2006, p,32).

Após toda a coleta de material gráfico e textual foi realizada a diagramação das páginas fielmente aos *roughs* no início do processo, para isso é utilizado o *Adobe Indesign CS6*. Com ele organizamos o conteúdo nas páginas de forma prática e dinâmica, finalizando o processo com a exportação em PDF para impressão.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A revista *Schizophrenia* é composta por 12 páginas formadas por mosaicos de imagens que harmoniosamente se mesclam com o texto. O plano de fundo das páginas são na cor preta, exceto dos anúncios, dando um ar sombrio fazendo relação a obscuridade encontrada na psicopatologia esquizofrênica.

Seu formato é quadrado, fugindo do padrão da disposição de página em retrato e tornando-a mais convidativa à leitura. Suas matérias foram escritas e diagramadas pelos próprios alunos durante o segundo semestre de 2013.

Na capa o leitor se depara com nada a mais, nada a menos que o rockstar “*Marilyn Manson*”, considerado o astro do rock mais esquisito e muito conhecido por seus hábitos um tanto quanto fora do normal, até mesmo para um artista.

Suas matérias e artigos são compostos de várias esquisitices e bizarrices, ensinando o leitor a identificar um esquizofrênico e traçando o perfil do cantor “*Marilyn Manson*”.

A revista é fruto de um projeto acompanhado em sala de aula pelo professor Laércio Esteves durante as aulas de Computação Gráfica e editoração Eletrônica, a partir de uma atividade estruturada que somaria pontos para a nota da segunda avaliação, no qual consistia em criar uma revista de qualquer tema, tendo como foco principal o exercício em conjunto dos softwares utilizados durante todo o semestre.

FIGURA 1 – “MARILYN MANSON”, CAPA DA REVISTA SCHIZOPHRENIA.



6 CONSIDERAÇÕES

A revista Schizophrenia é um projeto experimental acadêmico cujo seu objetivo é propor o exercício de criação e concepção gráfica e diagramação de um periódico impresso, tendo como suas principais ferramentas os softwares do pacote adobe (Photoshop, Illustrator e Indesign).

A realização deste exercício foi de suma importância para o processo de aprendizado dentro da disciplina “Computação Gráfica e Editoração Eletrônica”, tendo em vista que nos acrescentou tanto em nível de conhecimento quanto também se tornou uma peça muito importante em nosso portfólio acadêmico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Futura, 2004.

COLLARO, A. C.. **Produção Gráfica: arte e técnica da mídia impressa**. 1ª Ed., São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2007.

RABELO, Claudio. **Manual de Identidade Visual: Teoria e Prática**. Vitória: Editora Lisboa, 2007.

RODRIGUES, Rafael. **Entendendo melhor a revista como mídia impressa**. São Paulo, Agência Martte. 3 de setembro de 2012. Disponível em <<http://agenciamartte.wordpress.com/2012/09/03/entendendo-melhor-a-revista-como-midia-impressa/>> Acesso em 26 de março de 2014.

SANT’ANNA, Armando. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.