

Projeto gráfico: Revista Classe H¹

Breno CABRAL²
Adália MARQUES³
Iara RODRIGUES⁴
Lidiane CUNHA⁵
Marcela MORAES⁶
Gerson SEVERO⁷

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

O presente artigo trará em seu bojo as etapas do processo de produção do projeto gráfico “Revista Classe H” norteada pelos conhecimentos técnicos, obtidos através de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo utilizando o método de entrevista. O projeto gráfico teve seu desenvolvimento iniciado, a partir da disciplina Planejamento Gráfico, tendo como proposta inovadora a produção de uma revista semanal voltada para o público masculino de classe média e classe média alta da cidade de Manaus, propiciando um espaço de divulgação de informações sobre saúde, política, economia, esporte, comportamento, curiosidades, culinária e lazer dentro do universo masculino.

PALAVRAS-CHAVE: revista; classe H; planejamento gráfico; comunicação visual.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Laboratório Imprensa.

² Estudante do 4º período do Curso de Comunicação Social da FBN, email: brenocabral@gmail.com

³ Estudante do 4º. Período do Curso de jornalismo da FBN, email: adalia.marques@hotmail.com

⁴ Aluna líder do grupo e estudante do 4º. Período do Curso de jornalismo da FBN, email: iararpjornalista@gmail.com

⁵ Estudante do 4º. Período do Curso de jornalismo da FBN, email: lidianescunha@hotmail.com

⁶ Estudante do 4º. Período do Curso de jornalismo da FBN, email: marcela.my@yahoo.com.br

⁷ Orientador do trabalho. Professor da Faculdade Boas Novas, e-mail: gersonsevero@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A comunicação está presente em todos os âmbitos da vida humana, isto é, não é possível viver na sociedade sem se comunicar. A comunicação é essencial para o desenvolvimento das relações dos indivíduos e está presente em todos os setores sociais, desempenhando seu papel de acordo com as necessidades de seu público-alvo.

Existem diversas maneiras de se comunicar e obter informações, de forma verbal e não verbal através dos meios de comunicação como rádio, TV, jornais e revistas, internet e etc. Dentro dessas modalidades de comunicação encontramos a comunicação visual que identificamos através das imagens em nosso cotidiano de forma casual ou intencional.

MUNARI (2006), praticamente tudo que nossos olhos vêem é comunicação visual, uma nuvem, uma flor, um desenho técnico, um sapato, um cartaz, uma libélula, um telegrama (excluindo o conteúdo), uma bandeira, uma imagem que como todas as outras, têm um valor diferente segundo o contexto em que está inserida, dando informações diferentes. No entanto, entre todas essas mensagens que passam através de nossos olhos é possível fazer, pelo menos duas distinções: a comunicação pode ser casual ou intencional isto é, quando olhamos para o céu e vemos uma nuvem que está passando não necessariamente para informar que está vindo um temporal. No caso da comunicação intencional que é preparada para ser percebida em sua real totalidade, como uma fotografia de reportagem, um desenho técnico e etc.

Assim como a necessidade de se comunicar, os indivíduos precisam fazer uso desta troca de conhecimentos. Para tanto, é necessário obter informações e novos conhecimentos acerca de temas que tragam benefícios para sua vida em sociedade, bem como alcançar níveis de qualidade de vida satisfatórios para ele e todos ao seu redor. Para alcançar esse objetivo ele deve buscar conhecimentos e informações direcionadas aos seus interesses nos mais diversos setores da comunicação como revistas especializadas, livros, jornais e etc.

No presente artigo faremos uma breve discussão acerca dos recursos que norteiam a criação de um projeto gráfico como, os princípios escolha fontes, cores e contrastes, tipo de papel, diagramação e processos de impressão. Além, da abordagem de temas pertinentes à pesquisa estudada.

2. OBJETIVO

Desenvolver o projeto gráfico “Classe H” com a proposta de criar uma revista semanal voltada para o público masculino de classe média e classe média alta da cidade de Manaus, proporcionando um espaço de divulgação de informações pertinentes ao universo masculino.

3. JUSTIFICATIVA

Publicações periódicas que abordam os mais variados ramos do conhecimento humano com os mais diversos graus de abrangência ou especificidade, as revistas perseguem um visual cada vez mais sofisticado, empregando os mais avançados recursos tecnológicos das artes gráficas. As novas tecnologias disponíveis atualmente do mercado de produção gráfica são muito importantes dentro do processo de criação COLLARO (2007).

Contudo, a criatividade usada nas produções gráficas e na diagramação pelo designer é fundamental para desenvolver produtos inovadores, principalmente para ser um diferencial atrativo para o leitor. Ou seja, a produção precisa atrair a atenção do público-alvo, através de estilos e formas criativas e direcionadas as especificidades.

O cotidiano da vida em sociedade é um processo muito dinâmico e cheio de novas informações que surgem numa velocidade impressionante. No entanto, nem sempre estão totalmente acessíveis a todos, principalmente no que diz respeito aos cuidados com a saúde e qualidade de vida. No caso do público masculino o fluxo de informações pode ser ainda mais difícil devido ao desinteresse por parte deles de se informar e também pela escassez de periódicos voltados para esse segmento.

Neste contexto, o projeto gráfico “Classe H” se justifica exatamente por essa questão, pois pretende propiciar ao público masculino um espaço que atenda os interesses desse público alvo.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto gráfico “Classe H” teve sua produção iniciada no âmbito da disciplina Planejamento Gráfico, a produção traz como proposta à elaboração de uma revista semanal dedicada ao público masculino da cidade de Manaus. Partindo desse princípio, a equipe acadêmica do 5º período do curso de Comunicação Social da Faculdade Boas Novas deu seguimento à produção.

Essa produção teve início a partir do desenvolvimento do roteiro do trabalho seguindo da pesquisa bibliográfica, para coletar informações em livros pertinentes à temática abordada no projeto de criação, bem como os conhecimentos técnicos necessários para sua elaboração. Utilizamos ainda uma pesquisa de campo, através do método de entrevistas para composição dos conteúdos internos da revista como, matérias, reportagens, crônicas e etc.

Dando sequência a produção do projeto, elaboramos o paper em consonância com a criação do projeto gráfico. Esse processo se deu desde a escolha da fonte, das cores, escolha do papel, dos formatos, diagramação das colunas, designer interno e externo e ainda os processos de impressão apropriados para uma revista.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO E PROCESSO

Durante as aulas da disciplina Planejamento Gráfico, vimos que dentro do processo da criação e leitura das imagens encontramos as Leis da Gestalt. FILHO (2000), o movimento gestaltística atua principalmente no campo da teoria da forma, com contribuição relevante aos estudos da percepção de modo geral, linguagem, inteligência, memória, motivação, percepção visual conduta exploratória e Dinâmica de grupos sociais.

Para o desenvolvimento de um projeto gráfico se faz necessário seguir algumas etapas primordiais para satisfatória execução do mesmo. “A produção de um impresso envolve, de forma geral, quatro grandes etapas, independentemente do processo gráfico utilizado. São elas: a projeção, a pré-impressão, a impressão e o acabamento”. (Villas-Boas, 2010, p. 16).

Vimos que para desenvolver um projeto gráfico é necessário seguir algumas etapas fundamentais. Dentro da composição da revista Classe H, identificamos alguns aspectos primordiais da sua elaboração partindo da escolha da fonte até a produção dos textos.

Nesta perspectiva destacamos etapas a serem seguidas, dentre elas destacamos a escolha da tipologia da fonte que será usada, pois ela será fundamental para transmitir as informações necessárias ao leitor. A fonte utilizada no projeto gráfico foi a do tipo Bookman Old Style corpo 46 para a capa, a fonte foi escolhida devido sua forma arredondada que facilita a leitura. No interior da revista utilizamos a fonte calibri número 12 também por ter um formato arredondado sem serifa.

Outro ponto importante na criação do projeto é a escolha das cores destacando os contrastes entre cores das fontes, do fundo e das formas. A composição da capa tem como pano de fundo a cor cinza com destaque uma base preta com fonte do nome da revista na cor

branca. Dentro da revista, a fonte dos textos é na cor preta. A escolha das cores ocorre devida a varias influencias entre elas está a influencia cultural da sociedade.

Cabe ao designer conhecer os aspectos e princípios fundamentais das cores e escolher aquela que mais se adequa a sua produção e ao segmento proposto no projeto. “Por propiciar contrastes, as cores têm o potencial de transmitir muito mais que simples sensações; elas são capazes de codificar informações” (Collaro, 2007, p.17), isto é a cor assim como os textos transmite a mensagem ou informação que a produção visa.

A cor também faz parte dos processos de impressão, atualmente a maior parte dos processos gráficos é feita em sistemas digitais, e é muito fácil ignorar os processos físicos pelos quais as cores e as imagens de modo geral são reproduzidas. No entanto, é essencial entendermos alguns processos básicos de reprodução, para aplicarmos adequadamente seus conceitos ao processo digital para obter fotolitos e matrizes de alta qualidade COLLARO (2007).

Nos processos de impressão as cores que são usadas como base são quatro magenta, ciano, amarelo e preto. E a partir delas são desenvolvidas as cores complementares e especiais. As cores utilizadas no projeto gráfico “Classe H” foram o preto por se tratar de uma cor que transmite vitalidade e força nesse caso muito pertinente por se tratar de um público-alvo masculino. Para contrastar com o preto escolhemos para as fontes principais a cor branca, pelo fato de trazer em sua essência um aspecto de tranquilidade e leveza muito necessária durante o agitado mundo das ideias.

Ainda dentro dos processos de impressão, outro ponto fundamental é a escolha do tipo de papel, “A escolha do papel é de suma importância para a boa execução de trabalhos gráficos, dele depende, em grande parte, o bom aspecto final de todo impresso” (Ribeiro, 2003, p. 15). Neste caso optamos pelo Couchê por ser o mais utilizado pelas revistas de grande circulação no país. Na parte interna das revistas encontramos a diagramação que são os chamados boxes para inserção dos textos. “O elemento gráfico essencial de uma revista são as colunas de texto, a divisão das revistas por colunas aconteceu pela necessidade de tornar o custo dos espaços publicitários mais acessíveis para as empresa de pequeno e médio porte” (Collaro, 2007, p.32).

A diagramação do presente projeto consiste na estruturação de três colunas com espaço de aproximadamente cinco centímetros de uma coluna para outra tornando a leitura menos cansativa. Na parte da impressão final destacamos alguns métodos como OFFSET, processos eletrográficos, impressão digital entre outros.

O processo de impressão mais utilizado nos últimos 20 anos e a principal indicação dos designers é o de OFFSET. Ele garante boa qualidade para pequenas, médias e grandes tiragens a custos compatíveis, com o bom rendimento tanto no traço quanto nos meios-tons. Além disso, aceita praticamente todo tipo de papel (e certos tipos de plástico, especialmente o poliestireno). (Villas-Boas, 2010, p.62).

Devido às facilidades, economia e praticidade na impressão esse foi o processo escolhido caso o projeto gráfico “Classe H”, seja levado ao processo de impressão. Após a escolha de todos os elementos que comporiam a criação, a equipe partiu para a efetiva elaboração do projeto, sendo devidamente orientado pelo docente da disciplina Planejamento Gráfico. Além das questões técnicas de produção gráfica a revista “Classe H” é composta por editorias especialmente escolhidas para o público masculino. Dentro dessas editorias encontramos reportagens sobre saúde e qualidade de vida, culinária, política e economia, comportamento, curiosidades, cultura e lazer, todas elaboradas pela própria equipe acadêmica.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos que a comunicação está extremamente atrelada ao contexto social dos indivíduos e que para obter novos conhecimentos que respondam aos anseios e objetivos é necessário que busquemos informações necessárias para esse fim. No entanto, percebemos que esse processo não é tão fácil como deveria, já que os espaços dedicados ao segmento masculino são escassos no âmbito nacional, especialmente em nossa região. Por esse motivo esse público acaba não tendo a oportunidade de adquirir as informações necessárias para seu convívio social satisfatório.

Para tentar sanar essa dificuldade idealizamos a criação de uma revista voltada para esse segmento, visando auxiliá-los no processo de obtenção de informações pertinentes aos os interesses comuns do público masculino da cidade de Manaus.

A elaboração do projeto gráfico “Classe H” propiciou a equipe acadêmica uma diversidade de conhecimentos fundamentais dentro dos processos de criação de periódicos que servirão como subsídios para nossa carreira profissional.

A produção de um projeto gráfico consiste num processo muito complexo, repleto de especificidades seguindo etapas que partem desde a escolha do objetivo principal da discussão a pequenos detalhes como escolha das fontes e cores até os processos de impressão. Além disso, percebemos a necessidade da existência de recursos que auxiliem todos os segmentos

da sociedade, neste caso específico, os homens, pois percebemos que boa parte dos periódicos em circulação nacional e regional são mais voltados ao público feminino, crianças e jovens, deixando a desejar na questão de informações sobre o cotidiano, bem estar, saúde e convívio social do homem. Compreendemos ainda que esse tipo de criação inovadora deve partir dos próprios acadêmicos, justamente por conhecerem a real necessidade do contexto social que estão inseridos.

7. REFERÊNCIA

COLLARO, Antonio Celso. **Produção Gráfica: arte e técnica da mídia impressa.** Pearson Prentice Hall. São Paulo, 2007.

FILHO, João Gomes. **Gestalt do Objeto - Sistema de Leitura Visual da Forma.** Escrituras Editora. 6ª Edição São Paulo, 2000.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual.** Martins Fontes. São Paulo, 2006.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico.** LGE. Brasília, 2003.

VILLAS-BOAS, André. **Produção gráfica para designers.** 2AB. Rio de Janeiro, 2010.